



Avdeling for Folkehelsefag

Annie L. Sannvoll

Kandidatnummer 5

Masteroppgave

«Det påvirker ikke meg, men man blir jo påvirka
da»

En kvalitativ studie om jenters opplevelse
av kropp og kosthold i sosiale medier

«It doesn't affect me, but one will be affected»

A qualitative study about adolescents girls experience of body and diet exposure in
social media

Master i Folkehelsevitenskap

2018

Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage

JA ☒ NEI ☐

Forord

Å jobbe med denne masteroppgaven har de siste ukene vært altoppslukende og mer enn én gang i løpet av denne perioden har jeg tenkt «nå har jeg tatt meg vann over hodet». Det har vært utrolig lærerikt og interessant å fordype seg i et selvvalgt tema, som har engasjert meg mer enn jeg trodde før jeg begynte prosessen. Jeg har hatt oppgaven surrende i hodet til alle døgnets tider, men jeg må innrømme at det skal bli deilig å levere fra seg denne masteroppgaven nå.

Det er flere som har hjulpet meg på veien mot en ferdig oppgave, som alle fortjener en stor takk! Først og fremst vil jeg takke informantene mine som lot meg få ett innblikk i deres sosiale medier hverdag, og deres tanker og opplevelser av kropp og kosthold i sosiale medier. Samt en takk til skolen informantene går på, som la til rette for at jeg kunne gjennomføre mine intervjuer der. Jeg vil også gi en stor takk til min veileder Stein Egil Kolderup Hervik. Takk for all veiledning, gode diskusjoner og gode innspill. Det har vært givende å ha en veileder som har engasjert seg, og hatt troen på prosjektet mitt. Jeg må også få takke mine nærmeste medstudenter, Elinor og Malene, «den harde kjerne». Hvor mange timer vi har på biblioteket det siste halvåret er uvisst, men uten dere på det faste bordet i hjørnet, hadde jeg nok ikke skrevet dette forordet nå i mai. En takk til Embla og Camilla også, selv om dere valgte å forlate «den harde kjerne». Helt til slutt vil jeg takke Kristian, mamma og pappa, samt alle venner. Jeg lover å bli enklere å ha med å gjøre, og mer sosial fremover. Takk for tålmodigheten og all støtte!

Elverum, Mai 2018

Annie L. Sannvoll

Innhold

Forord	3
Innhold	4
Norsk sammendrag.....	6
Engelsk sammendrag (abstract).....	7
1. Innledning.....	8
1.1 Kroppsidealet redefineres	8
1.2 Mediebildet endres.....	9
1.3 Nye idealer	10
1.4 Folkehelse	11
1.5 Problemstilling	13
1.6 Oppgavens struktur.....	14
2. Gjennomgang av relevant litteratur	15
2.1 Ungdomsliv	15
2.2 Sosiale mediers påvirkning	16
2.3 Bildeeksponering i sosiale medier	17
2.4 Selvpresentasjon i sosiale medier.....	19
3. Teoretisk rammeverk	21
3.1 Sosial Kapital	21
3.1.1 Bonding og Bridging.....	22
3.2 Definisjoner.....	23
3.2.1 Kroppspress	24
3.2.2 Sosiale medier.....	24
4. Metode.....	27
4.1 Valg av metode	27
4.2 Intervju.....	27

4.3	<i>Rekruttering og utvalg</i>	30
4.4	<i>Behandling av datamateriale</i>	31
4.5	<i>Etiske utfordringer</i>	32
5.	Resultater	35
5.1	<i>Holdninger til sosiale medier</i>	35
5.2	<i>Sosial støtte i sosiale medier</i>	38
5.3	<i>Kosthold i sosiale medier</i>	42
5.4	<i>Kropp i sosiale medier</i>	44
5.5	<i>Ambivalens</i>	49
6.	Diskusjon	51
6.1	<i>Sosiale medier som sosial arena</i>	51
6.2	<i>Kropp og kosthold i sosiale medier</i>	53
6.3	<i>Ambivalente holdninger</i>	57
6.4	<i>Konkluderende diskusjon</i>	59
6.5	<i>Videre forskning</i>	61
	Litteraturliste	62
	Vedlegg	70

Norsk sammendrag

Problemstilling

Målet med denne studien var å få et innblikk i jenter i slutten av tenårenes opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier. Med dette som utgangspunkt ble problemstillingen og forskningsspørsmålet; *Hvordan opplever jenter i slutten av tenårene at sosiale medier påvirker deres kroppsbilde og kostholdsvaner?*

Teori

For å forklare funnene fra datainnsamlingen valgte jeg Robert Putnams (1993; 2000) tolkning av begrepet sosial kapital som teoretisk rammeverk. Putnams sosiale kapital kan deles i to typer sosial kapital; 1) Bonding (sammenbindende), som sees på som de sterke båndene som dannes innenfor sosiale grupper med individer med lik bakgrunn og like interesser, som nære venner og familie. 2) Bridging (overbyggende), sees på som sosial kontakt på tvers av grupperinger, og felles mål hvor det bygges tillit.

Metode

Datainnsamlingen bestod av ni individuelle, semistrukturerte intervjuer, hvor fokuset var på å få fram informantene siden tanker og opplevelser av tema. Ni jenter i slutten av tenårene, på videregående skole, ble intervjuet hver for seg. Datainnsamlingen ble transkribert, kodet og analysert via tematisk analyse.

Resultat

Resultatet fra datainnsamlingen viser et tydelig mønster av ambivalens hos samtlige av informantene når det kommer til sosiale medier generelt, samt kropp og kosthold i sosiale medier. Jentene uttrykker motstridene og uavklarte følelser hos når det gjelder sosiale medier og hvordan dette påvirker deres kroppsbilde og kostholdsvaner.

Engelsk sammendrag (abstract)

Issue

The aim of this study was to get a better insight in adolescents' girls in their late teenage years experience of body and diet in social media. With this as the base the research question: *How do adolescents girls in their late teenage years experience social media and how it affects their bodyimage and dietary habits?*

Theory

To explain the findings from the data collection, I choose Robert Putnams interpretation of the term Social Capital as the theoretical framework. Putnams social capital is divided in two types of social capital, 1) Bonding and 2) Bridging.

Methods

The data collection consisted of nine individual, semi structured interviews, where the aim was to get their thoughts and experiences of the theme. Nine girls in their late teenage years, in high school, was interviewed separately. The data collection was transcribed, coded and analyzed with thematic analysis.

Results

The results from the data collection shows a clear pattern of ambivalence when it comes to social media in general, and body and diet in social media from all the informants. The adolescent girls express conflicting and unclarified emotions about social media and how this affect their body image and dietary habits.

1. Innledning

Den vestlige verden har en kultur som til tider kan oppfattes som besatt av mat og kropp (Skårderud, 2013). Med store mengder bøker om temaene mat, kropp og helse, spalter om mat og helse i aviser, magasiner og blader, TV-programmer om mat og helse, forskjellige typer dietter, og sunnhet finner man over alt (Skårderud, 2013). I media florerer det med informasjon som forteller deg hvordan du kan holde kroppen ung og stram, hvordan bli den beste og mest sexy utgaven av deg selv og hvordan bli vakker, samtidig som kosthold og vektnedgang, ”stram opp”-konsepter og kosmetisk kirurgi er blitt stor industri (Schilling, 2012). I medier og sosiale medier blir man eksponert for et stort antall tekster og bilder, av mat, kropp og trening, uavhengig om det er dette du faktisk er ute etter.

1.1 Kroppsidealet redefineres

Kroppsidealene har blitt definert og redefinert flere ganger gjennom tiden. På 1950-tallet var det Marilyn Monroe og hennes former som var idealet, til 90-tallets slanke Kate Moss. I dag i det 21.-århundret er idealet slank, trent, fit og sunt (Mogstad, 2017). I NOVAs rapport om stress og press blant ungdom (2017) blir kroppsidealet for jenter beskrevet å være tynn, fit og ha de «riktige» formene som tynne armer, stor rumpe, store pupper, tynn mage og thigh gap (mellomrom på innsiden av lårene når man står oppreist) (Eriksen, Sletten, Bakken & Van Soest, 2017). Disse kravene minner om den såkalte «fitnesskroppen», som er nært knyttet til idealer om femininitet. Kroppen skal være fast, redusert fettprosent, ikke for muskuløs, men heller ikke for tynn (Halvorsen, 2017). For mange unge i dag, både gutter og jenter, er det ”fitnesskroppen” som er idealkroppen (Mogstad, 2017; Halvorsen, 2015). Dette kroppsidealet er populær blant mange norske trening- og helseblogger, som har mange unge lesere, som lett kan la seg påvirke (Halvorsen, 2015). Trening og helseblogger er de mest

besøkte bloggene i Norge. De mest populære har mange tusen lesere hver dag og har en stor påvirkningskraft (Mogstad, 2017; Halvorsen, 2015). Mest sannsynlig mye større enn hva de er klar over selv. Når bloggere innenfor denne populære sjangeren har ”fitnesskroppen” som ideal, er det ikke usannsynlig at dette kan smitte over og påvirke leserne deres (Halvorsen, 2015). I følge Schilling (2013) ser mange på kroppen i dag som et identitetsprosjekt, og som en viktig del av vår selvpresentasjon. Vi lever i en verden hvor utseendet, hvordan du presenterer deg selv og hvordan du presterer har større betydning enn noen gang (Mogstad, 2017; Schilling, 2012).

De seneste årene er det merket en økning i kroppspress og kroppsfokus hos gutter og jenter (Halvorsen, 2015; Lindholm, 2014), og temaet ”Kroppspress” har vært oppe i Stortingets spørretime (Familie og kulturkomiteen, 2016). Samtidig ser man at jenters slankeatferd øker fra 8.klasse til 1.klasse på VGS (Samdal et al. 2016). Dette kan sees i sammenheng med aldersgruppens fokus på kroppsilde og fokus på perfektjonisme, sammen med samfunnets økende oppmerksomhet rundt dette (Mogstad, 2017; Voelker, Reel & Greenleaf 2015; Schilling, 2012).

1.2 Mediebildet endres

De siste årene er det ikke bare kroppsidealet som er endret, men mediebildet har endret seg og sosiale medier har blomstret opp. Spesielt sosiale medier som Youtube, Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat og blogger har tatt over en stor del av mediebildet i samfunnet i dag (Ipsos, 2017; Halvorsen, 2015; Lindholm, 2014). Facebook, Instagram, Snapchat og Youtube er de største sosiale mediene vi har i Norge i dag (Ipsos, 2017), og Facebook er det største sosiale mediet på verdensbasis når det kommer til både størrelse og daglig bruk. I Norge er det Youtube som har flest brukere (Ipsos, 2017). Disse sosiale mediene har i stor grad tatt

over mediebildet og er kilden til mye av informasjonen som blir hentet av unge på nettet i dag (Løvskar & Tørdal, 2017). De henter ikke bare mye av informasjonen sin fra blogger og sosiale medier, disse mediene brukes til å legge ut bilder av seg selv og hverdagsbilder, gjerne med filter, samtidig som sosiale medier brukes til kommunikasjon (Santarossa & Woodruff, 2017; Lindholm, 2014; Skårderud, 2013).

I samfunnet i dag står vi ovenfor en ny utfordring. Generasjonen som vokser opp nå er den første generasjonen som vokser opp med konstant tilgang på internett, nettbrett, mobiltelefoner som gjør veien til sosiale medier kort og muligheten til å kommunisere og være tilgjengelig døgnet rundt er stor. Ungdommen i dag bruker mye tid på sosiale medier, og i følge Norsk mediebarometer (2016) bruker unge-voksne mellom 16-24 år opp mot fire timer på sosiale medier hver dag (Vaage, 2016). Ungdom bruker sosiale medier til å kommunisere med hverandre, dele bilder av seg selv og hverdagen sin, følge med på hva andre driver med og pleie vennskapelige relasjoner, samt sin egen sosiale status (Aalen, 2015).

1.3 Nye idealer

Gjennom blogger og sosiale medier har det dukket opp nye forbilder og idealer. I dagens samfunn er det ikke kun de store kjendisene som er forbilder for ungdommen, de nye forbildene er de ikke-tradisjonelle kjendisene fra sosiale medier, også kalt «Influencers» (Djafarova & Rushworth, 2016). Når man leser og følger med på livet til influencere i forskjellige sosiale medier, er det lett å glemme at disse influencerne kun viser fram bruddstykker fra livet sitt. Mange kan føle at man ”blir kjent med” influenceren gjennom sosiale medier og blogg, selv om man kun ser små utdrag av livet som personen selv ønsker å vise fram. Ungdommen, både jenter og gutter kan fort glemme virkeligheten og drømme seg bort, og forveksle dette med virkeligheten (Djafarova & Rushworth, 2016). Dette kan oppleves

negativt, når ungdommen sammenligner livet sitt med det som blir presentert av deres idealer i sosiale medier. For mange kan det virke som de ikke tradisjonelle kjendisene eller influencerne lever det perfekte liv, som ser både spennende og innholdsrikt ut (Brown & Tiggemann, 2016). Bruken av internett og sosiale medier er assosiert med økt kroppspress og bekymringer i forhold til mat (Rodgers & Melioli, 2016). Dette kan gjøre ungdom, og ungevoksne som bruker mye av sin fritid på internett og sosiale medier sårbare (Brown & Tiggemann, 2016; Rodgers & Melioli, 2016).

1.4 Folkehelse

Folkehelseperspektivet i denne oppgaven handler om den fysiske og psykiske påkjenningen det kan være å leve i et samfunn hvor fokuset på kropp og helse i sosiale medier er blitt så stort, og hvilken påkjenning dette kan være i en sårbar alder som slutten av tenårene. Et overdrevent stort fokus på kropp og helse kan påvirke den fysiske og psykiske helsen negativt, som kan utvikles videre til mer alvorlige tilstander (Helse & omsorgsdepartementet, 2016). Negativt kroppsbilde kan være et forvarsel på ulike spiseforstyrrelser, depresjon og fedme.

Sosiale medier har eksplodert de siste 5-10 årene og kan sees på som en utfordring i ungdomslivet, og hvor det er viktig hvordan man presenterer og fremstiller seg selv (Helse & Ungdomsdepartementet, 2016). Man kan på mange måter måle sosial status ut i fra sosiale medier, og være med på å tydeliggjøre hvem som står sterkt sosialt og ikke. Sosiale medier er blitt en viktig brikke i mange unges liv, og kan være med å påvirke dem på mange måter.

De aller fleste ungdommer i Norge i dag har god helse, selv om selvrapporteringen av egen helse synker fra ungdomsskole til videregående (Bakken, 2017). Mange ungdommer sliter og har forskjellige helseutfordringer i dagliglivet, og mye tyder på at psykiske plager har

økt blant ungdom de siste årene (Helse og omsorgsdepartementet, 2016). I følge ungdata undersøkelsen (Bakken, 2017) rapporterer mange ungdommer om hodepine, magesmerter, og muskel og skjelettplager, spesielt jenter rapporterer om dette, og plagene øker gradvis gjennom tenårene. Sweeting, West, Young & Der (2010) konkluderer i sin studie med at jenters forverrede psykiske helse er sterkt påvirket av økt bekymring og press når det kommer til prestasjoner i skole- og utdanning. I Novas rapport om Stress og press blant ungdom (2017) forteller alle ungdommene som er blitt intervjuet at skole er den største stressfaktoren i livet deres (Eriksen et al., 2017). Det er ikke bare skole som dukker opp som en stressfaktor i livene til ungdommen, men også kroppspress og uoppnåelige idealer for skjønnhet og helse er sentrale årsaker til stress (Eriksen et al., 2017). Hvor finner man disse uoppnåelige idealene? Mange av dem befinner seg på internett, blogger og i sosiale medier.

Til NRK i 2015 uttalte Jorun Sundgot Borgen, professor på Norges Idrettshøgskole, og spesialist innenfor ernæring, kosthold, spiseforstyrrelser og vektproblemer, at kroppshysteri blant ungdom er et folkehelseproblem (Midbøe, Gjellan, Aardal & Vignæs, 2015). Sundgot Borgen, sammen med psykiater Finn Skårderud og Helle Borchgrevink fra Interessegruppen for kvinner med spiseforstyrrelse sier alle til NRK at de opplever at mange ungdommer er skremmende opptatt av hva de spiser, og de syns det er bekymringsverdig at ungdommer har ett ekstremt og nesten sykkelig fokus på den ”perfekte kroppen” (Midbøe et al. 2015). Sundgot Borgen har uttalt seg flere ganger i kroppspress-debatten, og uttalte også til Dagbladet i 2010: «Jeg er helt sikker på at det kommer en boom av ungdom med et negativt kroppsbilde og forstyrret spiseatferd på grunn av bloggere» (Holmlund & Lundervold, 2010).

Med økt kroppspress og bekymringer i forhold til mat, kan unge, i ytterste konsekvens utvikle dårlig selvilde, angst, og depresjon, som videre kan utvikle seg til spiseforstyrrelser (Rodgers & Melioli, 2016; Helsedirektoratet, 2014). Spiseforstyrrelser går ikke bare utover vekt og psyke (Helsedirektoratet, 2014), men det kan påvirke skjelettet og indre organer som

for eksempel hjertet og fertilitet, og kan i verste fall ende med død (Helsedirektoratet, 2014). Ved å utvikle en psykisk lidelse som angst, depresjon eller en spiseforstyrrelse kan dette være med å føre til drop-out fra skole eller jobb, og i mange tilfeller sosialt liv. Dette kan være negativt for den fysiske og psykiske helsen, samtidig som man bli en kostnad for samfunnet, som kan påvirke individets sosioøkonomiske-status (Jones & Douglas, 2012). Sosioøkonomisk-status og sosial støtte påvirker helsen vår på mange måter. Ungdom i dag er morgensdagens voksne, derfor er det viktig å gi dem de riktige verktøyene, så de kan mestre livet og dets utfordringer på best mulig måte.

1.5 Problemstilling

Formålet med studien er å finne ut hvordan jenter i slutten av tenårene opplever kropp og kosthold i sosiale medier og om dette påvirker deres kroppsbilde og kostholdsvaner. På bakgrunn av det, er problemstillingen:

Hvordan opplever jenter i slutten av tenårene at bruken av sosiale medier påvirker deres kroppsbilde og deres kostholdsvaner?

For å kunne besvare problemstillingen på best mulig måte er det kommet fram til disse forskningsspørsmålene:

- 1) Hvilken holdning uttrykker jenter at de har til sosiale medier?
- 2) Hvordan opplever jenter at bruken av sosiale medier påvirker deres kostholdsvaner?
- 3) Hvordan opplever jenter at bruken av sosiale medier påvirker deres kroppsbilde?

1.6 Oppgavens struktur

Denne oppgaven består av seks kapitler. Første kapittel er introduksjonen til temaet i oppgaven, hvor temaet belyses, folkehelserelevansen for temaet presenteres og problemstillingen blir presentert.

Kapittel to gir en gjennomgang av relevant litteratur innenfor temaet for denne oppgaven.

Kapittel tre tar for seg det teoretiske rammeverket i oppgaven. I teorien er det begrepet sosial kapital som står sentralt, og sosial kapitals underkategorier bonding (sammenbindende) og bridging (overbyggende). I dette kapitlet er også sentrale begreper som sosiale medier, kroppspress, «fitspiration», «influencer» og «selfies» nærmere forklart.

Kapittel fire beskriver de metodiske valgene som er tatt underveis, samt beskriver og forklarer forskningsprosessen.

Kapittel fem er en presentasjon og analyse av dataene som er samlet inn, og funn som er gjort under intervjuene. Dette kapitlet danner også veien videre til diskusjonen i kapittel seks.

I kapittel seks diskuteres funnene opp mot forskningsspørsmålene og blir sett i sammenheng med det teoretiske rammeverket fra kapittel tre. Diskusjonsdelen rundes av med en konklusjon av hovedfunnene.

2. Gjennomgang av relevant litteratur

I dette kapitlet gjennomgås tidligere, relevant forskning som er utført innenfor feltene sosiale medier, kropp og kosthold. Litteraturen som er valgt ut omhandler tematikken kroppspress, sosiale medier og mediebruk, kropps- og selvbylde. Forskningen omhandler ungdom og kvinner i ulike kontekster, og det er både kvalitative og kvantitative studier, samt rapporter.

2.1 Ungdomsliv

NOVAs ungdomsundersøkelse «Ungdata» er en nasjonal ungdomsundersøkelse hvor skoleelever over hele landet svarer på en undersøkelse om hvordan de har det, og hva de gjør på fritiden sin (Bakken, 2017). Hovedmålet med denne undersøkelsen er å gi et bredt bilde på norske ungdommers fritidsaktiviteter og hvordan ungdommen har det på ulike områder (Bakken, 2017). De fleste ungdommene rapporterer at de trives og er godt fornøyde, men det er allikevel mange ungdommer som opplever bekymringer i hverdagen (Bakken, 2017). Ungdata viser at veldig mange unge bruker mye tid på sosiale medier, og de kommuniserer med hverandre via sosiale medier og nettet, og mange ungdommer rapporterer om nære venner som de kun har kontakt med via nettet (Bakken, 2017). I ungdata undersøkelsen (Bakken, 2017) har det blitt sett på ungdoms mediebruk, hvor man ser at digitale medier spiller en stor rolle i deres hverdag - både når det kommer til skolearbeid og fritid, og mange unge bruker mye av sin fritid på internett. 50% bruker mellom 2-4 timer av fritiden sin på internett og digitale medier. Bruken øker betraktelig fra ungdomsskole til videregående. I 2. Klasse på videregående bruker 78% av jentene minimum 1 time på sosiale medier hver dag. I 3. Klasse er det 77% som sier de bruker sosiale medier minimum 1 time per dag (Bakken, 2017). Hos

guttene i samme alderstrinn er det 56% som sier de bruker minimum 1 timer på sosiale medier per dag. I følge norsk mediebarometer bruker unge-voksne i alderen 16-24år i gjennomsnitt 3 timer og 33 minutter på internett og sosiale medier hver dag (Vaage, 2016).

I følge ungdomsundersøkelsen «Hør på meg!» (2013) er andelen jenter fra 8.klasse – Vg. 1 som rapporterer om negativt selvbilde betraktelig høyere enn andelen gutter. Kroppsbilde og en persons oppfatning av egen kropp henger tett sammen med selvbilde, og det er derfor ikke usannsynlig at de jentene som rapporterer om negativt selvbilde også har et negativt kroppsbilde. Misnøyen med egen kropp øker med alderen, og som ungdom er kroppsbildet spesielt sårbart og påvirkbart på grunn av et økt fokus på seg selv, pubertet og sosiale relasjoner som er i endring (Hartberg & Hegna, 2014). Negativt selvbilde og kroppsbilde er et problem blant jenter, og dette problemet har økt de siste årene, hvor flere og flere jenter opplever problemer som er knyttet til eget selvbilde og syn på egen kropp (Hartberg & Hegna, 2014).

2.2 Sosiale mediers påvirkning

Medienes fremstilling (både tradisjonelle medier og sosiale medier) av kropp har en stor påvirkning på unges kroppsbilde. Santarossa & Woodruff (2017) har sett på hvordan bruken av sosiale medier og sosiale nettverkssider (tidsbruk, antall venner i sosiale medier og sosiale medie/nettverks-aktiviteter) er knyttet sammen med unge-voksnes syn på egen kropp, selvtillit/selvbilde og symptomer på spiseforstyrrelser. I denne studien ble det funnet en sammenheng mellom det å bruke tid på å se på andres profiler på nettet og deres syn på egen kropp, og de som brukte mest tid på dette hadde flest symptomer på spiseforstyrrelser (Santarossa & Woodruff, 2017).

Djafarova & Rushworths (2016) studie ble det funnet at nye ikke-tradisjonelle kjendiser, også kalt «influencers» fra det sosiale mediet Instagram har en stor påvirkningskraft, spesielt hos jenter, og hva de velger å bruke pengene sine på. I denne studien ser man at de ikke tradisjonelle kjendisene som instagrammere, bloggere, youtubere og lignende har større påvirkningskraft enn det ”vanlige” kjendiser har (Djafarova & Rushworth, 2016). Selv om dette er en liten studie med kun 18 deltakere, ser man at disse nye ikke-tradisjonelle kjendisene fra sosiale medier blir sett på som de nye idealene og forbildene (Ahadzadeh et. al., 2016; Djafarova & Rushworth, 2016; Lindholm, 2014), og det vil ikke være overraskende at jenter prøver å ”kopiere” influencere og hva de gjør når det kommer til både treningsrutiner, kosthold, klær de har på seg, sminke og lignende.

I en review av Rodgers & Melioli (2017) ble det sett på forholdet mellom bekymringer rundt eget kroppsbilde, spisevegring, spiseforstyrrelser og bruk av internett og sosiale medier. Tilstedeværelsen av tynnhets- og skjønnhetsidealer på internett og sosiale medier er høy. Brukerne av sosiale medier, aktive – og passive brukere, som engasjerer seg i foto-relaterte aktiviteter (legge ut bilder, like og kommentere, eller kun se på andres bilder) på nettet og i sosiale medier, er mer utsatt for å sammenligne seg selv med andre (Rodgers & Melioli, 2017). Bruken av internett og sosiale medier er hos ungdom assosiert med et bekymringsfullt syn på seg selv og egen kropp, og bekymringer i forhold til mat.

2.3 Bildeeksponering i sosiale medier

Brown & Tiggemann (2016) eksponerte 138 kvinner for bilder av attraktive kjendiser og attraktive” ikke-kjendiser” fra det sosiale mediet Instagram. Ved eksponering av disse bilde-typene fikk kvinnene dårligere humør, og et økt kroppslig misnøye, i likhet med

kvinnene som ble eksponert for ”fitspiration”-bildene i studien av Tiggemann & Zaccardo (2015).

Ahadzadeh, Sharif & Ong (2016) har også sett på bruken av Instagram, kroppslig tilfredshet og hvordan dette kan påvirke individets selvilde. Eksponering av bilder på Instagram har uhelige påvirkninger på individets kroppssyn, som videre kan lede til kroppslig utilfredshet (Ahadzadeh, Sharif & Ong, 2016). Ahadzadeh et. al. (2016) har fått lignende resultater som Tiggemann & Zaccardo (2015) og Brown & Tiggemann (2016) har fått i sine studier. Disse formene for bildeeksponering kan være negativt for kvinners kropps- og selvilde.

Hendrickse, Arpan, Clayton & Ridgway (2017) har også sett på bruken av Instagram og utseende relaterte sammenligninger. Med veksten av sosiale medier har kvinner nå flere arenaer hvor de kan sammenligne kropp og utseende med andre. Hendrickse et al. (2017) fant en sterk assosiasjon mellom bruken av Instagram og bekymringer i forhold til sitt eget kroppsbilde, og at bruken av Instagram kan potensielt være skadelig for individer som har en tendens til å sammenligne seg med andre. Disse resultatene kan sammenlignes med de resultatene Tiggemann & Zaccardo (2015), Brown & Tiggemann (2016) og Ahadzadeh et. al. (2016) har fått i sine studier.

Tiggemann & Zaccardo (2015) så på ”fitspiration”, en internett trend som er laget for å inspirere til en sunnere livsstil ved å promotere trening og sunn mat, og hvordan ”fitspiration” bildene på Instagram påvirker jenters syn på egen kropp. Eksponeringen av ”fitspiration”-bilder førte til dårlig humør og økt kroppslig misnøye hos de kvinnelige deltakerne. Ved bruk av ”fitspiration”-bilder kan dette dra med seg negative konsekvenser når det kommer til jenters syn på egen kropp.

Slater, Varsani & Diedrichs (2017) så på «fitspiration»-bilder og motivasjons-sitater på Instagram og om dette kunne ha påvirkning på kvinners kroppssyn, selvmedlidenhet og humør. 160 kvinnelige studenter deltok, og ble delt i tilfeldige grupper hvor de ble utsatt for «fitspiration», motivasjons-sitater, både «fitspiration» og motivasjons-sitater og utseende nøytrale bilder. Ved å bli eksponert for «fitspiration»-bilder og utseende nøytrale bilder viste ingen forskjell, bortsett fra de som ble eksponert for «fitspiration»-bilder hadde mindre selvmedfølelse. De kvinnene som ble eksponert for motivasjons-sitater viste høyere kroppslig tilfredstillelse, kroppslig verdsettelse, selv-medfølelse og bedre humør enn de kvinnene som ble utsatt for utseende nøytrale bilder (Slater, Varsani & Diedrichs, 2017). Kvinnene som ble eksponert for både motivasjons-sitater og «fitspiration»-bilder hadde positive resultater sammenlignet med de som kun ble eksponert for «fitspiration»-bilder.

Holmquist & Frisén (2012) har sett på utseendeidealer i medier (tradisjonelle- og sosiale medier) fra ungdom på 14 år som har et positivt kroppsbilde sitt perspektiv. Disse 14 åringene var kritiske til idealene som ble fremstilt i media. Disse ungdommene har en måte å tenke på som beskytter dem og som kan være med å forbedre deres kroppsbilde, ved at de er kritiske til idealene som blir fremstilt. Dette kan være positivt for deres selvtillit og helse, ved at de ikke blir ”blinde av beundring” av alle idealene og bildene som florerer i media.

2.4 Selvpresentasjon i sosiale medier

Lyu (2016) undersøkte hvordan «reise-selfies» i sosiale medier kan påvirke objektivisering av selvpresentasjonen. Ved å legge ut en «selfie» på reise, velger mange bilder strategisk, for å kunne presentere seg selv på en best mulig måte. Lyu (2016) fant flere elementer av selv-objektivisering i «reise-selfier» blant annet utseende og misnøye med utseende. Spesielt kvinnelige turister brukte «reise-selfier» strategisk i sin presentasjon av seg

selv, i sosiale medier (Lyu, 2016). Det å presentere seg selv på «riktig» måte i sosiale medier er for mange viktig, og det å legge ut «selfies» når man er ute på reise eller når det skjer noe ekstra, er en måte å presentere seg selv i sosiale medier og styrke sin sosiale kapital.

Chua & Chang (2016) så på hvordan jenter på videregående skole presenterer seg selv og sammenligner seg med andre jevnaldrende i sosiale medier i form av «selfies», «likes», kommentarer og følgere. Følelsen av lav selvtillit og usikkerhet underbygger deres innsats i selvpresentasjonen og for å tilfredsstille jevnaldrendes skjønnhetsstandard. Jevnaldrende har en stor påvirkningskraft, og blir sett på som publikum, dommere og sammenligningsmål når jentene skal presentere seg selv i sosiale medier. Det er ikke utenkelig å redigere bildene sine før de blir lagt ut, for å matche skjønnhetsstandarden, samtidig som det også er viktig med tilbakemelding og bekreftelse fra jevnaldrende når man først hadde lagt ut noe i sosiale medier (Chua & Chang, 2016).

Lunde & Gattario (2017) undersøkte hvordan unge, kvinnelige sportsutøvere opplevde deres deltagelse i idrett, sin egen kropp og samfunnets normer om utseende. Opplevelsen av idrett var positiv, men deltakerne i undersøkelsen opplevde en konflikt hos seg selv, mellom idrettskulturen og samfunnet utenfor, og samfunnet kroppslige idealer. Ellison et al. (2007) så på assosiasjonen mellom bruken av Facebook, Facebook-venner og sosial kapital. Ellison et al. (2007) fant en sterk assosiasjon mellom bruk av Facebook og sosial kapital, og at Facebook-bruk kan henge sammen med økt trivsel.

3. Teoretisk rammeverk

I dette kapitlet tar jeg for meg det teoretiske rammeverket i oppgaven. Teorien baserer seg på Robets Putnams tolkning av begrepet sosial kapital. Sosial kapital er et begrep som er tatt i bruk av flere, blant annet Pierre Bourdieu, Robert Putnam og James Coleman (Helsedirektoratet, 2010). Putnam definerer sosial kapital som «features of social organizations, such as trust, norms, and networks, that can improve the efficiency of society by facilitating coordinated actions» (Wollebæk & Seegard, 2011; Putnam, 1993).

Teoridelen vil også bestå av en definisjonsdel, hvor relevante begreper som går igjen i oppgaven blir forklart.

3.1 Sosial Kapital

Kjernen i begrepet sosial kapital er at sosiale relasjoner inneholder ressurser. Disse ressursene hevdes å ha betydning for helsetilstanden og helsen generelt hos individer, lokalsamfunn og storsamfunn (Helsedirektoratet, 2010). Disse ressursene påvirker både enkeltindividet, nettverk, lokalsamfunn og storsamfunn. Ressursene på gruppenivå er interessante. Sosiale relasjoner i hverdagen, som i nabolaget, på skolen eller arbeidsplassen, eller i det norske samfunn, som er noe individet er en del av og kan utgjøre viktige kvaliteter. Disse relasjonene kan være tillitsnivå, normer for atferd, engasjement for fellesskapet og solidaritet. Sosial kapital på gruppenivå har en effekt som kan gjøre samfunnet mer robust og funksjonsdyktig (Helsedirektoratet, 2010).

Når det kommer til folkehelse og helseperspektiv er det i følge Helsedirektoratet (2010) Robert Putnam's perspektiv av sosial kapital som har hatt størst gjennomslag

(Helsedirektoratet, 2010). Fellesnevneren for folkehelseinnsatsen er at man ser på sosial kapital som en karakteristikk ved lokalsamfunn eller land/nasjoner. Ved å delta i organisasjoner og grupper utvikler man gjensidige normer som binder mennesker sammen og skaper mellommenneskelig tillit. Som for eksempel ved å være aktiv i sosiale medier som instagram, snapchat og VSCO, hvor det dannes samfunn, og det utvikles normer mellom brukerne og gjensidig tillit.

Putnam (2000; 1993) mener at den sosiale kapitalen er grunnlaget for et samfunn som skal fungere optimalt, fordi det får mennesker til å samarbeide for fellesskapets beste. Dannelsen av sosial kapital er et resultat av sosialiseringen som foregår i foreninger og lag, men også sosiale medier. Når mennesker organiserer seg skapes, utvikles og vedlikeholdes tillit og gjensidighet. Sosial kapital spiller en viktig rolle i individets sosiale relasjoner. Sosial kapital kan for eksempel handle om at mennesker har ressurser i sine sosiale nettverk som kommer individet til gode når det er behov for det (Solheim, 2013). Dette er noe man kan se i sosiale medier og samfunnene som dannes innenfor disse mediene. Instagram som sosialt medie er et godt eksempel på dette. Instagram er en bildedelingstjeneste, hvor man kan følge brukere, samt like og kommentere på bildene som blir publisert (Facebook, 2017). Når en person har et visst antall følgere, kan det tolkes som at denne personen har en høy sosial kapital innenfor sitt samfunn i sosiale medier. Å ha en stor mengde følgere, og få en viss mengde ”likes” på bildene som blir publisert, vil kunne styrke individets sosiale kapital.

3.1.1 Bonding og Bridging

I følge Putnam (2000) har vi to typer sosial kapital. Bonding (sammenbindende) og Bridging (overbyggende). Bonding eller sammenbindende er nettverk som består av sterke bånd innad i samme sosiale gruppe og som skaper gjensidighet og solidaritet mellom medlemmene i nettverket (Helsedirektoratet, 2010; Putnam, 2000). Bonding sees på som det

sterke forholdet som utvikler seg mellom mennesker med lik bakgrunn og interesse, som for eksempel familie og nære venner (Claridge, 2018; Helsedirektoratet, 2010). Disse nettverkene gir sosial og emosjonell støtte, nettverket ser innover og beskytter hverandre. Disse nettverkene er lukkede og kan virke identitetsforsterkende. Denne typen nettverk av familie eller nære venner, kan være sammenbindende og medlemmene i disse nettverkene kan ofte ha tette bånd, like interesser og gir hverandre sosial støtte. Med sosial støtte menes å tilhøre et fellesskap, som innebærer å få kjærlighet, omsorg og bli verdsatt (Helse- og omsorgsdepartementet, 2015). I følge Putnam gir Bonding og sosial kapital sosial støtte til medlemmene i nettverket – som er viktig for «å klare seg i hverdagen» (getting by).

Bridging (overbyggende) er i følge Putnam utadvendte nettverk med svake strukturer. Disse nettverkene består ofte av individer fra ulike sosiale grupper og som bygger de sosiale relasjonene, som går på tvers av deler av samfunnet, som rase, religion og klasse. Bridging beskriver de sosiale forholdene mellom individer fra ulike sosiale grupper, som har delte interesser eller felles mål. Som for eksempel trener og utøver, eller Influencer og følger. Ressursene i denne formen for nettverk består i hovedsak av informasjonsutveksling, sosial kontakt og samhandling – som er med på å skape tillit på tvers av grupperinger. Denne formen for sosial kapital i følge Putnam er viktig for å kunne «komme seg fram i livet» (getting ahead).

3.2 Definisjoner

I oppgaven er det flere relevante begreper som tas i bruk som blir definert her, for å få en forståelse av deres relevans for oppgaven.

3.2.1 Kroppspress

Engelsrud & Nordtug (2016) definerer kroppspress som noe som oppstår og utspiller seg mellom folk. Kroppspress er noe som skapes mellom mennesker, og det opprettholdes og forsterkes ved at det snakkes og skrives om. I 1990 ble kroppspress omtalt som «fanatisk opptatt av egen kropp». I dag beskrives det som noe uten for oss selv, som øker fra uke til uke, og kan forårsake spiseforstyrrelser, bortfall av menstruasjon, infertilitet, depresjon, angst og psykiske lidelser (Engelsrud & Nordtug, 2016).

3.2.2 Sosiale medier

Sosiale medier er medier som ved hjelp av internett eller webbasert teknologi åpner for interaksjon mellom to eller flere mennesker (Aalen, 2015). Sosiale medier er i hovedsak en kategori av elektroniske medier, der folk snakker, deltar, deler, lager nettverk, og bokmerker på internett. I sosiale medier er det ikke et klart skille mellom avsender og publikum. De samme avsenderne kan både produsere og konsumere (Aalen, 2015), og sosiale medier legger til rette for mange-til-mange kommunikasjon.

Instagram

Instagram ble lansert i 2010, og har flere hundre millioner følgere over hele verden (Instagram, 2016). I følge Ipsos (2016), var det i 2016 over 1,6 millioner Norske brukere. Instagram er et sosialt medie hvor kommunikasjonen foregår gjennom å legge ut bilder og videoer på sin personlige Instagram profil eller på Instagram stories (Instastory). Instastory er nesten det samme som My Story på snapchat. Man deler ikke bare egne bilder og videoer på Instagram, men man kan også følge andres profiler, og like og kommentere deres innlegg.

Snapchat

Snapchat ble lansert i 2011. I følge Ipsos (2016) var det i overkant av 2 millioner norske brukere. Det er altså flere som bruker Snapchat enn Instagram i Norge.

Snapchat er også en bilde- og videodelings tjeneste. På Snapchat kan man sende hverandre «snaps» i form av bilder, videoer og meldinger i private samtaler eller grupper med dine kontakter, eller My Story som alle dine kontakter kan se. I motsetning til Instagram, hvor bildene blir liggende, forsvinner «snapsene» etter en viss tid. En My Story blir liggende i 24 timer og en «snap» har en varighet fra 1-10 sekunder. Mange «Influencere» har åpen My Story som man kan følge og ha et parasosialt forhold til, uten å kunne sende til eller svare, men man får et innblikk i deres hverdag.

VSCO

VSCO er en bilde-app til smarttelefoner. Appen er laget for å ta bilder eller laste opp bilder, redigere dem og legge ut (VSCO, s.a.) Denne appen ligner Instagram, men det er forskjeller. På VSCO kan man ikke følge hverandre, like eller kommentere på hverandres bilder, kun se bildende folk legger ut

«Fitspiration»

I følge Oxford dictionaries er «fitspiration» en person eller en ting som serverer motivasjon til noen for å opprettholde eller forbedre sin helse og fitness (Fitspiration, s.a).

I følge Tiggemann & Zaccardo (2015) er «fitspiration» en internett trend som er laget for å inspirere til en sunnere livsstil ved å promotere trening og sunn mat. «Fitspiration» består ofte av motivasjons-sitater som «Sweat is fat crying», «Be stronger than your excuses» eller «Pain is temporary, pride is forever», gjerne i kombinasjon med bilder av lettkledde, muskuløse jenter eller gutter med veldig lav fettprosent, med tydelig markerte muskler.

«Selfie»

I følge Oxford dictionaries er «Selfies» ett bilde man har tatt av seg selv, gjerne med en smarttelefon eller web-kamera, som man deler i sosiale medier (Selfie, s.a).

Influencer

Influencer er et låneord fra det engelske ordet «influence», og betyr påvirker. Ordet blir brukt i reklame- og mediebransjen, og er et navn på enkeltpersoner som uttaler seg offentlig på sosiale medier for å kunne påvirke holdninger og handlinger hos følgerne sine (Influencer, s.a.). I følge motenettsiden melkoghonning.no er forutsetningen for å være en «influencer» at man har tilgang til et publikum og troverdighet om temaene man uttaler seg om (Aspeli, 2016). Det å være en ikke tradisjonell kjendis eller kjent via sosiale medier går under kategorien «influencer». Mange aktører bruker «influencere» til markedsføring av produkter og reklame, siden de har stor påvirkningskraft og kan nå ut til et stort publikum på sine profiler i sosiale medier og blogger (Aspeli, 2016).

4. Metode

I dette kapitlet presenteres den metodiske fremgangsmåten som er benyttet i denne oppgaven.

4.1 Valg av metode

I denne oppgaven er det valgt å bruke en kvalitativ tilnærming. I problemstillingen er ønsket å få en større forståelse og dypere kunnskap om jenter i slutten av tenårenes opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier. Kvalitativ forskningsmetode gir et godt grunnlag når man ønsker å få en dypere forståelse av et tema eller et fenomen (Creswell, 2013; Thagaard, 2013). Et av de viktigste målene ved kvalitativ metode er å kunne oppnå en dypere forståelse av sosiale fenomener (Creswell, 2013).

4.2 Intervju

For å produsere data til å besvare problemstillingen er det valgt å benytte seg av intervju som metode. Et kvalitativt forskningsintervju har som mål «å forstå verden sett fra intervjupersonens side» (Kvale & Brinkmann, 2015). Et intervju er en samtaleform som har en viss form for struktur og hensikt. Forskningsintervju som intervjumetode går dypere enn den klassiske hverdagssamtalen.

Intervju kan være krevende og det er fordelaktig at man som intervjuer har noe erfaring på forhånd (Thagaard, 2013). Selv hadde jeg lite erfaring med det å skulle intervju, og det ble derfor utført to pilot-intervjuer på forhånd av datainnsamlingen for å teste intervjuguiden

og for å øve på intervjusettingen, og for å være best mulig forberedt til å utføre gode intervjuer under datainnsamlingen.

For å samle inn dataen ble det valgt en semistrukturert intervjuguide, og en-til-en intervjuer. En semi-strukturert intervjuguide har en overordnet intervjuguide som utgangspunkt, som inneholder en oversikt over temaer og forslag til spørsmål og oppfølgingsspørsmål (Kvale & Brinkmann, 2015, Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2016). Ved bruk av en semi-strukturert intervjuguide er ikke spørsmålene like satt, og som forsker kan man være mer fleksibel i spørsmålsstillingen sin og mer fleksibel i forhold til oppfølgingsspørsmål. Kvale og Brinkmann (2015) kaller semistrukturerte intervjuer for det semistrukturerte livsverdsintervju. Poenget med denne intervjuformen er å samle inn beskrivelser fra informanten og tolke denne betydningen i forhold til tema som snakkes om (Kvale & Brinkmann, 2015). Det ble satt opp en forhåndsskrevet intervjuguide som inneholdt temaer til intervjuet og forslag til spørsmål. På den måten kan man sikre seg at man får svar på det man ønsker, og samtidig være åpen for å følge intervjuet i den retningen det gikk, og komme med oppfølgingsspørsmål underveis (Thagaard, 2013). Vedlegg 2 viser intervjuguiden som det ble tatt utgangspunkt i under intervjuene. Intervjuene ble utformet med utgangspunkt i problemstillingen og forskningsspørsmålene. I følge Kvale og Brinkmann (2015) er det viktigheten av å ha forståelige og enkle spørsmål i intervjusettingen. Spørsmålene er tilpasset så de skulle være forståelig for informantene å skjønne, spesielt viktig var det siden informantene i denne oppgaven er ungdom. Under intervjuene var fokuset på hva informantene sa, og jeg kunne derfor endre rekkefølgen på temaene som var satt opp i intervjuguiden, ut i fra hva informanten fortalte. Samtidig var intervjuguiden viktig for at sentrale spørsmål, og alle intervjuene inneholdt de samme temaene, så det skulle være mulig å sammenligne svarene fra informantene, for å kunne se likheter og eventuelle forskjeller.

Det ble valgt å gjennomføre intervjuene i denne oppgaven som en-til-en intervjuer. En-til-en intervjuer brukes når man ønsker omfattende og detaljerte beskrivelser av informantens forståelse, følelser, erfaringer, oppfatninger, meninger, holdninger og refleksjoner knyttet til fenomenet man ønsker å undersøke (Johannesen, Tufte & Christoffersen, 2016). En-til-en intervjuer passet bra til temaet hvor jenters opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier var i fokus, siden dette temaet kan for noen være intimt eller personlig, eller det kan føles negativt å skille seg ut i en gruppe. Siden man på forhånd ikke vet hvilket forhold informantene har til temaene, og det kan være mye følelser knyttet opp til kropp og mat, ble det valgt en-til-en intervjuer, selv om man kan gå glipp av gruppedynamikken man kan få i en gruppe. I en gruppesetting kan ofte informantene «minne» hverandre på opplevelser og hendelser, som gjør at det kan være enklere for noen å huske på og komme på ting i forhold til temaene. Men i en gruppe kan det også oppstå en dynamikk som gjør at informantene følger «trenden» i gruppa og ikke ønsker å skille seg ut eller avbryte dynamikken. Hvis det er en sterk person i gruppa som kan ha sterke meninger om et tema, kan resten av gruppa føye seg etter denne personen, eller ”trenden” som har oppstått, om den er positivt eller negativt.

Maktbalansen i det kvalitative forskningsintervjuet er ulikt fordelt mellom forsker og informant. Det er ingen åpen dialog mellom to personer som er likestilte. Forskeren har kontroll over temaene, spørsmål og strukturen på samtalen som foregår, samt kompetanse på området. Forskeren har derfor mer makt i intervjusituasjonen. Det er derfor viktig at forskeren er klar over dette på forhånd av intervjuet (Kvale og Brinkmann, 2015), og bygger tillit til informanten, så den ikke holder informasjon tilbake eller ikke ønsker å svare på spørsmålene forskeren stiller. Det vil være spesielt viktig siden det er ungdom som skal intervjues, og at det er en viss aldersforskjell mellom informant og intervjueren. Det viktig at informanten får uttrykket seg og dele sine opplevelser og erfaringer rundt temaene det blir spurt om.

For å ufarliggjøre seg selv i intervjusituasjonen ble det brukt tid på å snakke med informantene på forhånd, først i plenum i et klasserom med alle informantene tilstede, og deretter i forkant av hvert intervju en-til-en, så informantene skulle føle seg trygge på meg som intervjuer. Jeg presenterte meg selv, og informerte om hva som skulle skje videre, og la opp til en avslappet stemning med at informantene kunne stille spørsmål på forhånd og at de kunne ha med seg blant annet mat og mobil når de ble intervjuet. Jeg følte selv at dette var vellykket, og i samtlige intervjuer ble det både latter og vitser underveis. Siden jeg som intervjuer er av samme kjønn som informantene kan dette ha vært positivt for interaksjonen i intervjuet (Thagaard, 2013). I følge Thagaard (2013) kan dette gi grunnlag for en felles forståelse, og jeg selv følte at det var absolutt en fordel å være kvinne, når det var temaer som kropp og kosthold som var i fokus, og som intervjuer og jente hadde forståelse for opplevelsene og utfordringene jentene kunne møte med kropp og kosthold i sosiale medier. Selv om jeg er noen år eldre enn informantene, var det også en fordel med nærhet i alder, og at vi hadde noen felles referansepunkter når det kom til tematikken i spørsmålene.

4.3 Rekruttering og utvalg

Jentene som har deltatt i denne oppgaven er alle i slutten av tenårene og går alle sammen på videregående skole med idrettslinje. Utvalget av informanter består kun av jenter i slutten av tenårene på videregående skole, som er ett bevisst valg fra min side. I følge Ungdataundersøkelsen (Bakken, 2017) bruker 78% av jentene på videregående skole én time eller mer hver dag på sosiale medier og jenter i denne aldersgruppen benytter seg av sosiale medier som Instagram og Snapchat i større grad enn hva gutter i denne aldersgruppen gjør (Bakken, 2017; Vaage, 2016). Med denne informasjonen i bakhånd er det viktig at jeg som intervjuer lar de unge uttrykke sine opplevelser (Eder & Fingerson, 2002), og ikke kun baserer

seg på voksnes tolkninger av hvordan det å være ung oppleves. Derfor har det vært viktig for meg i denne oppgaven at jentene selv har fått uttrykt hvordan de opplever kropp og kosthold i sosiale medier.

For å svare på problemstillingen ønsket jeg meg et utvalg av jenter i slutten av tenårene på videregående skole. Bortsett fra å være jente og elev ved en toppidrettslinje på videregående skole, var det ingen spesielle kriterier for utvalget, siden det var snakk om deres egne opplevelser av kropp og kosthold i sosiale medier. Det ble tatt kontakt med en ansatt på valgte skole via mail, og jeg fikk kjapt svar at de kunne tenke seg å delta i dette masterprosjektet. Skolen hvor informantene er rekruttert fra har vært behjelpelige og samarbeidsvillige under hele prosessen, og hjalp til med å rekruttere deltagere. Alle informantene var over 16 år og trengte derfor ikke samtykke fra sine foreldre for å delta i studien, men alle fikk utdelt samtykkeskjema som de kunne velge å vise fram hjemme eller ikke.

Ved hjelp av min kontaktperson på den valgte skolen ble det rekruttert et utvalgt på ni informanter. I følge Thagaard (2013) velger man utvalgets størrelse i forhold til målene til prosjektet og at antall deltakere ikke burde være større enn at det er mulig for forskeren å utføre omfattende analyser, som krever både tid og ressurser. Her var målet å rekruttere ti informanter, men fikk ett utvalgt på ni stykk, som er tilstrekkelig for denne oppgaven (Bryman, 2012). Det var et antall som ble ansett som et realistisk antall å kunne gjennomføre ut i fra tid og ressurser, samt oppgavens omfang (Bryman, 2012).

4.4 Behandling av datamateriale

Alle intervjuene ble gjennomført i løpet av en dag i januar 2018. Intervjuene ble som nevnt tidligere utført en-til-en, og det ble brukt lydopptak, samt det ble tatt notater underveis. Underveis ble det blant annet notert kroppsspråk, sammen med notatene. Når intervjuene var

fullførte, noterte jeg ned umiddelbare tanker og inntrykk. Slike notater kan i følge Kvale og Brinkmann (2015) være verdifulle når man senere skal analysere intervjuene.

Transkriberingen av intervjuene ble påbegynt ganske raskt etter gjennomføringen var unnagjort. Transkriberingen var en tidkrevende jobb, og når transkripsjonen var gjennomført, begynte organiseringen og tematiseringen av intervjuene. Hensikten var å analysere datamaterialet basert på temasentrerte tilnærminger, som i følge Thagaard (2013) innebærer at man som forsker studerer informasjon om hvert tema for alle deltakere, samt går i dybden på de enkelte temaene. Denne analyseformen tar forskjellige kodeord til forskjellige utsnitt fra datamaterialet som fremhever meningsinnhold i teksten. Videre kategoriseres innholdet fra de forskjellige intervjuene som omhandler det samme temaet, for eksempel «Ambivalente holdninger». Kategoriene representerer de forskjellige temaene i oppgaven. Når man sammenligner informasjonen fra de forskjellige informantene, er det viktig at sammenligningen skjer på de samme temaene (Thagaard, 2013). Det er viktig at å få fram jentenes opplevelse i oppgaven, og ikke bare egne fortolkninger av svarene.

I presentasjonen av analysen har jeg delt svarene fra informantene i kategorier, hvor jeg har valgt å bruke kategoriene som hovedoverskrifter. Under hver kategori har jeg hentet eksempler fra transkripsjonen. Det er viktig for meg som forsker at det er jentenes opplevelse og erfaringer som kommer fram i oppgaven, og derfor har jeg vist direkte til dem, og ikke bare mine fortolkninger av deres svar.

4.5 Etiske utfordringer

Når det kommer til etiske utfordringer er det flere ting man som forsker må tenke på og ta hensyn til (Bryman, 2012). Før jeg kunne sette i gang med forskningen var jeg nødt til å kontakte NSD (Norsk Samfunnsvitenskapelig datatjeneste – personvernombudet for

forskning). I oktober 2017 sendte jeg meldeskjema til NSD, og i januar 2018 fikk jeg klarsignal til å starte opp med datainnsamlingen til prosjektet mitt (Vedlegg 4).

En av tingene som er viktig å ta hensyn til med tanke på etikk i studien er informert samtykke (Bryman, 2012). Jeg delte ut samtykkeskjema til alle informantene før intervjuene ble satt i gang, og de fikk den informasjonen de trengte, så de kunne ta en informert avgjørelse om de ønsket å delta eller ikke (Bryman, 2012). Samtykkeskjema ble signert av både informant og forsker, hvor de beholdt en kopi hver, i tilfelle det skulle dukke opp noe. Samtlige av informantene var klar over at det var 100% frivillig å delta i studien, og at de kunne trekke seg, hvis de ønsket det. Hvis en informant ønsker å trekke seg fra studien, kan også informantene kreve at dataene som er samlet inn på dette individet skal slettes. Informantene trengte heller ikke å svare på spørsmålene de ble stilt under intervjuene, hvis de ikke ønsket det, og det er også noe man som forsker må respektere (Bryman, 2012). Heldigvis var det ingen av informantene som ønsket å trekke seg, og alle spørsmålene de ble stilt, ble besvart. Jeg som forsker så på det som veldig viktig at jeg var ærlig med informantene mine både før, etter og underveis, og presenterte arbeidet mitt og hva forskningen går ut på (Bryman, 2012).

Intervjuene ble tatt opp på telefonen min, og når alle intervjuene var gjennomført ble de overført på min datamaskin, hvor de ble lagret i en passordbeskyttet mappe, så ingen andre enn meg skulle få tilgang til lydopptakene. Det var ikke bare mappen lydopptakene ble lagret i som var passordbeskyttet, men selve datamaskinen er også det.

For å holde informantene anonyme, har jeg gitt hver informant et fiktivt navn, så de ikke kan kjennes igjen ved eget navn, verken i transkripsjonen eller i annen tekst. Jeg har også fjernet navnet på skolen de går på, hvor denne ligger og hvor informantene er i fra, hvis det har blitt nevnt, for å sørge for at ingen skal kunne kjenne dem igjen på noen måte. Siden det var skolen som rekrutterte informanter for meg, ble anonymiseringen viktig, så ingen av

informantene kan bli gjenkjent på noen måte. Samtlige av informantene er aktive innenfor sport og idrett, og alle går på en videregående skole med idrettslinje. For at de ikke skal kunne bli kjent igjen på denne måten, har jeg byttet ut navnet på sporten de forskjellige driver med, med «idretten». Hvis det har kommet fram noe som kan true anonymiteten til informantene i sitater som er brukt i resultat kapitlet, er sitatet endret eller ord byttet ut eller fjernet, så ingen skal kunne kjenne igjen informanten. Meningen i sitatene er fortsatt bevart, og endringene som eventuelt har blitt gjort, er i minst mulig grad. Anonymitet er viktig med tanke på å respektere informantenes privatliv (Kvale & Brinkmann, 2015; Thagaard, 2013). Etter retningslinjer fra NSD skal jeg når prosjektet har kommet til veis ende slette alle direkte personopplysninger, lydopptak og slette eller skrive om indirekte personopplysninger.

I tillegg til det som er nevnt over, er det viktig at informantene ikke tar skade av å være med i forskningsprosjektet, blir stresset eller fornærmet (Thagaard, 2013; Bryman, 2012). I dette prosjektet var det ingen fare at noen av informantene skulle ta noen direkte skade av å delta, men det vil heller handle om at det kan dukke opp temaer som kan være problematiske eller private for informanten å snakke om. Jeg opplevde ikke under intervjuene at vi kom inn på temaer som var ubehagelige for informantene. Vi kom inn på noen følsomme temaer, men informantene uttrykte at det var ok å snakke om det. På grunn av dette er det viktig at jeg som forsker går inn i intervju-situasjonene med et åpent sinn, og stiller åpne spørsmål (Bryman, 2012). Det er også viktig at jeg ikke leder informantene i noen retning, men stiller oppfølgingsspørsmål ut i fra den retningen informanten tar meg.

5. Resultater

For å svare på problemstillingen i oppgaven «Hvordan opplever jenter i slutten av tenårene at bruken av sosiale medier påvirker deres kroppsbilde og deres kostholdsvaner?» vil jeg i dette kapitlet presentere resultatene av funnene i intervjuene i lys av de tre forskningsspørsmålene som er presentert tidligere i oppgaven. Underkategoriene er sortert ut i fra de tre forskningsspørsmålene og kategoriene er basert på analysen. Kategoriene som fremstilles er valgt ut fra både ulikheter og fellestrekk som har kommet fram i intervjuene og analysen av dataene, samt sitater som på en eller annen måte har utmerket seg innenfor kategorien.

5.1 Holdninger til sosiale medier

Samtlige av de ni informantene som ble intervjuet hadde brukerkontoer på Facebook, Instagram og Snapchat. Bortsett fra to stykk, hadde alle VSCO bruker. Flere brukte Youtube, for å se på videoer og vlogger (videoblogger). På Youtube trenger man ikke registrert konto for å få tilgang til det som blir lagt ut, så det kom ikke fram i intervjuene om noen av informantene hadde en brukerkonto der.

I intervjuene som ble gjennomført formidlet jentene forskjellige holdninger og meninger til sosiale medier. Sosiale medier var interessant fordi det blir brukt som kommunikasjonsmetode og inspirasjon. Sosiale medier oppleves avslappende, men også stressende. Siv forteller hvorfor hun opplever sosiale medier som interessant.

Snap er interessant fordi jeg snakker med venner og for å se hva som skjer. Insta er egentlig bare for å se hva som skjer hos andre mennesker, og Facebook for å følge med på vennene mine og hva som skjer i verden.

For Kari er sosiale medier en plass hvor det dannes samfunn, hvor alle venner samler seg og man kan holde kontakten med hverandre. «Snapchat bruker jeg mye til å prate med venner, sånn hele tiden egentlig ... alle vennene mine er innpå der. Det blir på en måte et lite samfunn, på hver av en av de sosiale mediene». At sosiale medier er interessant fordi man kan kommunisere og holde kontakt med venner og familie kommer tydelig fram i alle intervjuene. Ved å «følge» hverandre kan man holde seg oppdatert på hva andre driver med og oppdatere andre hva man gjør selv, siden «alle er der».

Informantene uttrykker at sosiale medier er interessant fordi de kan hente inspirasjon der. Spesielt idrettsutøvere blir pekt ut som inspirasjon, blant annet Nora Mørk og Johannes Klæbo blir nevnt som inspirasjonskilder. Mona nevner skiløperen Johannes Klæbo når det snakkes om inspirasjon i det sosiale mediet Youtube.

Vloggen til Johannes Klæbo prøver jeg å se hver uke og det føler jeg er ganske kult at han som idrettsutøver velger å legge ut så mye av livet sitt da. Så kan man se litt av hva det innebærer.

Informantene, som alle går på en videregående skole med idrettslinje, hvor samtlige trener mye i sin idrett, trekker alle fram idrettsprofiler når det er snakk om inspirasjon. Flere av informantene nevnte at de ønsket å komme så langt som mulig innenfor sin idrett, så det å følge idrettsprofiler og få et innblikk i deres hverdag kan være en inspirasjonskilde.

Opplevelsen av sosiale medier hos informantene var veldig variert. Flere av informantene hadde ambivalente følelser til sosiale medier og det de blir eksponert for. Flere beskrev at de følte på et sosialt press, som at sosiale medier tar mye tid, og er til tider masete.

Flere av informantene ser ikke bare på sosiale medier som noe positivt. Selv om sosiale medier er kommunikasjonskanalen de unge bruker i dag, kan også dette føre til stress. Når man mottar en «snap» er det en uskreven regel at man skal svare. Det samme gjelder når en av vennene dine har lagt ut noe i sosiale medier, skal man like og gjerne kommentere. Kari trekker fram det sosiale presset når det er snakk om opplevelsen av sosiale medier.

I det siste har jeg vært litt lei av snapchat egentlig. Jeg føler at hele tiden skal du liksom holde på med det. Nå er det streaks, og du skal liksom holde de hele tiden, og det er bare mas ikke sant. Så jeg føler, det har blitt mer enn oppgave nesten enn frivillig.

Mona forteller om hvordan det sosiale presset rundt det at man skal like og helst kommentere på det venner legger ut, for eksempel på Instagram oppleves.

Hvert fall føler jeg litt sånn press, hvis det er folk jeg kjenner som legger ut bilder og sånt, som man er litt tett på, så føler jeg liksom at jeg må ha fått med meg at det bildet er lagt ut, og kommentere og like og såne ting, for at den ikke skal føle at jeg overser den på sosiale medier og såne ting da.

Det å oppleve sosiale medier som avkobling kan sees på som både avslappende og tidsfordriv. Hvis man kjeder seg eller ikke har noe å gjøre, kan man koble av med å scrolle seg gjennom bilder. Lise kommer inn på dette og tenker at det ikke kun er stress og mas med sosiale medier, men også avkobling. «Det kommer litt ann på tidspunktet jeg er på det, for hvis jeg ikke har noe å gjøre, så er det bare deilig å se gjennom ting som skjer på Instagram og Facebook».

5.2 Sosial støtte i sosiale medier

Tanker om følgere, likes og kommentarer hadde samtlige av informantene ambivalente følelser og meninger om. Flere av informantene oppgir at det å få følgere, likes og kommentarer i sosiale medier er noe de ikke fokuserer på eller bryr seg noe om, men etterhvert som praten gikk, kom det fram at det har noe å si for de aller fleste, spesielt det å få «likes». Flere av informantene uttaler seg ambivalent i forhold til dette, hvor det først ikke er noe de bryr seg om, men hvis de har lagt ut noe på en av sine kontoer i sosiale medier er det viktig for dem å få en form for anerkjennelse. Å få likes, kommentarer og følgere i sosiale medier er på mange måter viktig for alle informantene. Marte innrømmer at hun er opptatt av det, men er også nøye med å påpeke at det er hun ikke alene om.

Jeg vet jo med meg selv at jeg er litt sånn, jeg følger med på hvor mange likes jeg får og er litt opptatt av det. Jeg er litt opptatt av følgere også. Det er sånn de fleste ungdommer er da.

Lise at hun ikke tenker over det hele tiden, men det er noe hun kan tenke over når man har lagt ut et bilde. «Det er ikke noe jeg går rundt å tenker «å herregud, nå har jeg fått likes liksom», men det er jo noe man tenker på når man har lagt ut et bilde liksom».

Det å ha et visst antall følgere på sosiale medier og få en betydelig mengde «likes» kan sees på som en form for populæritetsmåling. I følge informantene blir man ofte sett på som populær hvis man har mange følgere. Kari kommer inn på dette og hevder at det å ha mange følgere på det sosiale mediet Instagram gir deg en form for status. «Det har jo mye å si på status da ... det er ofte man snakker om andre personer også sier man «hun har over tusen følgere på instagram», å det er litt sånn status da».

Likes, kommentarer og følgere får fram ambivalensen hos informantene. Det er tydelig at det å ha et visst antall følgere betyr noe for flere av dem, og det samme gjelder «likes». De

innrømmer også at ved å få en ny følger, en kommentar på et bilde eller en «like» på noe de har lagt ut, så kan dette være med på å påvirke humøret deres. De er også nøye på å påpeke at de ikke bryr seg om det, selv om de blir glade hvis det skjer. Kaja nevner blant annet; «man blir jo på en måte glad hvis man får likes, men det er ikke sånn at jeg bryr meg noe om det da. Det gjør ikke noe for meg om jeg får likes eller ikke».

Det å følge folk i sosiale medier og følge med på hva andre gjør og andres liv er spennende for mange. For informantene er det å følge venner et must. Det gjør du bare, uansett hva de legger ut. Informantene fulgte også diverse kjendiser, spesielt idrettsprofiler, youtubere, SKAM-skuespillere, bloggere, Kardashians og influencere som Funkygine og Annijor. Det som kjennetegner hvem informantene følger er venner og folk de føler de kan relatere seg til eller ser opp til. Mona har ikke fått trent så mye som hun ønsker den siste tiden, og snakker om at det kan være stressende å se influencere og andre legge ut at de trener på sosiale medier. «Jeg følger jo mange som legger ut treningsbilder og sånn, og da merker jeg litt at jeg kan føle på å ikke få trent nok, i forhold til andre. Så det er litt sånn stressmoment».

Kari snakker om det å sitte å scrolle og se på hva Influencere og andre legger ut på sosiale medier, og at det er fort gjort og drømme seg bort i «sosiale medier verden» og sammenligne seg med andre. «Det er litt sånn, når man ser hva de gjør, tenker man ofte at sånn skulle jeg ønske jeg også kunne hatt det».

Anne skilte seg ut med å fortelle at hun ikke følte noe spesielt ved å se på hva de hun følger i sosiale medier legger ut. «Føler egentlig ikke noe spesielt. Det er bare å se på bildet, også liker jeg det, også scroller jeg videre egentlig».

Jentene forteller at det er mye uærlighet i sosiale medier. Instagram oppfattes som fake og filter er noe «alle» bruker. Men selv om de opplever at det er lett å gjennomskue hva som er ekte og ikke, og folk vet at det ofte blir brukt filter, så er dette lett å glemme. Snapchat og

mystory oppleves mer ærlig enn bilder på Instagram og VSCO. Ingrid sier noe om dette. «Ja, jeg tror snapchat er mer ærlig enn Instagram. Kjente snapchattere er nok ikke helt ærlige om hvordan livet deres er, men instagram er mer fake».

Det å følge en influencer både på Instagram og snapchat gjør at informantene føler de får et mer ærlig bilde av personen, siden det deles mer av hverdagen på snapchat enn det gjør på instagram og VSCO. Jentene føler også at influenceren snakker direkte til dem på snapchat og at det oppleves mer personlig enn Instagram. Kaja sier det enkelt og greit: «Det er mye mer virkelighet på snapchat enn Instagram». Kari forklarer det på denne måten:

Snap er litt mer sånn du kommer nesten litt nærmere føler jeg, enn hva du gjør på Instagram med noen ... Hvis du følger en kjendis på snap da, så er det enklere å føle at den snappen går mer til deg, ikke sant, du skjønner at den ikke går bare til deg, men den er mer til deg enn hva den er på Instagram. Der ser du hvor mange likes som kommer opp ikke sant, det av sånn millioner av likes som er der, du ser alle kommentarene, du føler liksom at du er en del av mange. På snap er det enklere å føle at man kan bli en del, at den er mer til deg

Når jentene fikk spørsmål om sosial støtte i sosiale medier, følte samtlige at de fikk en form for sosiale støtte i sosiale medier. De fikk også spørsmål om de kunne ha slettet sosiale medier, og alle, bortsett fra én fortalte at det kunne de ikke gjøre, for da ville den sosiale støtten forsvinne, og man ville miste kontakt med folk, og man kunne føle seg utenfor. Det ble også snakk om følelser hos flere av informantene. Sosiale medier gir ekte følelser, og at man kan føle seg mer inkludert og mange kan føle seg mindre ensomme ved å ha sosial støtte i sosiale medier. Martine forteller hva hun tenker om sosial støtte i sosiale medier og det å eventuelt skulle melde seg ut av «sosiale medier samfunnet».

Jeg kjenner flere folk som ikke har instagram, og det går jo helt greit liksom, men jeg tror ikke jeg hadde klart det sjøl. Jeg er ganske avhengig av det. Du møter jo nye folk og du kjenner jo

noen litt lengre unna, da er det jo greit å ha en kommunikasjon som snapchat da ... Hvis du ikke har det, så kan du miste den vennen ... Jeg tror jeg hadde detti litt ut.

Kaja forteller at hun kunne heller ikke ha meldt seg ut av «sosiale medier samfunnet».

Jeg tipper at hvis jeg hadde sletta da, så hadde jeg sikkert følt meg liksom, at jeg hadde mista noe, mista støtte fra folk og sånn ... Jeg skjønner at hvis man hadde valgt å sletta det da, så hadde man falt litt utafør. For det første så ser man ikke hva andre folk gjør. For det andre så får man på en måte ikke vist hva man selv gjør da.

Kari tenkte ikke bare på hvordan hun føler det selv med sosiale medier, men nevnte også de som ofte kan føle seg ensomme i hverdagen, at de kanskje kan føle seg litt mindre ensomme med sosial støtte i sosiale medier.

Ja, det er lett og på en måte se for seg at man kanskje har en større vennekrets da, enn hva man egentlig har. Eller på en måte er det lettere å bli kvitt den der, hvis man har en ensomhetsfølelse, å bli kvitt den på sosiale medier ... Det føles ekte når man sitter gjennom en skjerm.

Lise var klar på at hun ikke kunne slettet sosiale medier og fortsatt hatt den sosiale støtten der som hun har i dag. «Nei, det tror jeg ikke at jeg kunne gjort. Ja, nei, det kunne jeg ikke». Ingrid var den eneste som skilte seg litt ut når vi snakket om sosial støtte i sosiale medier.

Jeg tror ikke jeg ville følt meg utenfor, fordi jeg bruker ikke sosiale medier så mye, og venninnene mine er alltid sure og kjefter på meg fordi jeg ikke bruker det nok. Jeg kunne nok sluttet å bruke det fordi det er ikke sånn jeg trenger å gjøre ... men jeg synes det er gøy å være på Instagram da.

5.3 Kosthold i sosiale medier

Samtlige av informantene hevder at det å se bilder av andre folks mat og hva andre spiser er inspirerende. Informantene mener det kan inspirere dem til å spise sunnere, eller til å få en større variasjon i kostholdet sitt. Anne forteller at det påvirker henne i en positiv retning å se bilder av mat i sosiale medier. «Jeg føler egentlig ikke at det påvirker meg ... det er mer sånn inspirasjon for meg, når jeg ser mat. «Åh, det kan jeg lage, det kan jeg lage» og sånn».

Det kan også virke som at det å bli eksponert for mat i sosiale medier og se mat som er laget av folk man følger kan senke terskelen til det å prøve noe nytt og variere kostholdet sitt. Marte mener at det er ikke matbildene som er hovedfaktoren til en negativ opplevelse av kosthold i sosiale medier.

Sånn som når jeg ser bilder av mat da, så tenker jeg ikke så veldig mye på det. Det er at, det så godt ut, det kan jeg prøve å lage en gang liksom. Men når man ser bilde av kropp, så blir det heller at man tenker litt mer på kanskje kosthold av den grunn da. Jeg vet ikke, for det har en sammenheng, ikke sant.

Ingrid forteller at hun ikke følger profiler med fokus på mat og kropp, men syns allikevel det kan være inspirerende å se bilder av mat og kosthold i sosiale medier. «jeg syns det kan være bra, for man kan bli inspirert av det og prøver å lage ny mat og sånn».

Mona forteller at hun selv føler at hun ikke lar seg påvirke av mat og kosthold i sosiale medier.

Jeg føler jo at litt av grunnen til at de bildene ikke påvirker meg da, bilder av mat og sånn, er fordi jeg føler at jeg har et ganske sunt kosthold sjæl og sånt ... vi går liksom på en skole hvor vi er avhengig av å spise sunt og det er liksom fokus på det da.

Senere forteller Mona hvordan hun opplever at bilder av kropp i sosiale medier påvirker hennes kosthold. «Det er ikke sånn at det påvirker meg. Det er heller bildene av fitte folk liksom, som påvirker meg litt til å tenke på at kosthold på en måte er en faktor for å få en sånn bra kropp». Videre i intervjuet forteller hun, «nå har jeg ikke spist godteri og drikk brus på to år».

Siv forteller at hun er fornøyd med sitt kosthold, og føler selv at hun spiser sunt, noe som er viktig for henne, hvis hun skal klare å prestere godt.

Jeg føler ikke jeg blir så påvirket av det. Jeg føler jeg spiser sunt og jeg liker mitt kosthold. ... kostholdet mitt har blitt mye bedre, og jeg spiser nok nå. Det gjorde jeg ikke før. Det er viktig at folk skjønner at de må spise nok, fordi det er mange som er sånn jeg spiser så mye, men du trener jo, hvis du trener 16 timer hver uke, så må du spise nok ... Hvis man trener når man er sulten, da blir kanskje konsentrasjonen litt borte, og man får ikke topp trening.

Kari forteller at de passer på hverandre, så de kan prestere så godt som mulig innenfor idretten sin.

Man er jo selvfølgelig obs på, altså, man passer jo litt på da. For man vil jo egentlig hverandre godt, så jeg vet at det er noen som har fått kommentarer på hva spiser du? Å det handler ikke om på en måte å håne noen eller henge ut noen, men det handler bare om å, i det samfunnet vi er i nå da, å prøve å gjøre det best mulig for å yte maks i idretten

Videre forteller hun at de får veiledning, så de kan være bevisste og lære seg hva man trenger av næringsstoffer for å blant annet prestere bedre.

Da går det liksom på fettprosent og sånn da. Ehm, og hvis den er litt for høy, så går man inn uten å på en måte være slem da, men prøve å liksom bare gjøre oss bevisste på hva trenger vi og hva trenger vi ikke. Å det handler jo om, som jeg sier, i bunn og grunn for å være best i idretten. Det handler jo ikke om at de skal se sånn og sånn ut.

5.4 Kropp i sosiale medier

Det å bli eksponert for kropp i sosiale medier er helt normalt for mange i dag, og alle informantene har blitt eksponert for det en eller annen gang. Men det å bli eksponert for kropp i sosiale medier som Instagram, er ikke bare en faktor som kan påvirke noens kroppssyn, men det kan også påvirke hva slags bilder man vurderer å legge ut selv. Marte forteller:

Man føler vel kanskje at det, at man burde legge det ut selv da ... burde jeg gjøre det jeg også liksom? Å der kommer jo følgerne inn igjen da. Fordi ofte de som gjør det, det er jo de som har flest følgere og likes, ikke sant. Så da begynner man jo å tenke litt på det.

Kaja forteller at hun selv ikke blir så påvirket av å se bilder av andres kropp i sosiale medier og at hun eller ikke blir påvirket til å legge ut sånne bilder selv, men skjønner godt at andre kan bli påvirket.

Jeg føler egentlig ikke at det påvirker meg så mye, for jeg tenker bare sånn at hvis de vil legge det ut, så gjør de det, men jeg føler ikke for å legge det ut selv liksom. Men jeg tror at jeg hadde tenkt annerledes hvis jeg hadde gått på en annen skole. Da hadde jeg følt sånn «sånn må jeg se ut», jeg må slutte å spise så mye som jeg spiser og sånn.

Lise forteller hvordan hun har blanda følelser til temaer som kropp og mat i sosiale medier, selv om hun selv hevder hun ikke blir påvirket av det lengre.

Jeg har litt blanda følelser ... noen ganger kan det bli sånn veldig kroppsfokusert, og at man skal ha en idealkropp på en måte eller du skal spise på en viss måte for å oppnå det og det. Av og til føler jeg at det kan bli litt voldsomt.

Hun forteller at når hun var yngre ville hun nok blitt påvirket av det, men at i dag har hun et helt annet forhold til seg selv og kroppen sin.

Det er tydelig at temaer som kropp i sosiale medier er noe flere av jentene har tenkt mye på. Selv om flere av dem uttrykker at de ikke føler at det påvirker dem personlig, så har de stor forståelse og sympati for at andre kan bli påvirket av det, og flere av dem forteller historier om folk de kjenner som har blitt påvirket av denne typen eksponering. Kaja forteller om en venninne som har latt seg påvirke og hvor langt det kan gå.

Det er jo veldig mange som legger det ut, og det er et veldig stort fokus fra ungdommer. Jeg har en venninne som har anorexia, fordi hun har sett så mye på sånne bilder at folk er tynne, og hun vil være tynn selv ... og hun slutta å spise fordi hun skulle bare, hun skulle bare ha flat mage.

Siv forteller at hun syns det er synd at andre blir påvirket av det, og lurte på om det kan ha med egen selvtillit å gjøre, at man lar seg påvirke. «Jeg føler at mange unge jenter og gutter kan la seg påvirke av det, hvis de ikke har god selvtillit».

Det er tydelig at temaet kroppspress er noe som opptar flere av jentene. Noen av jentene snakker engasjert om temaet og har gjort seg opp tanker og meninger rundt dette. Samtlige av jentene forteller at de selv har følt på kroppspress før eller at de har følt på kroppspress den siste tiden. Hovedfokuset hos samtlige av jentene at kroppen skal klare å prestere så godt som mulig innenfor idretten de driver med. Flere av jentene påpeker at hvis de ikke hadde hatt idretten, tror de at de hadde følt mer på kroppspresset enn det de gjør i dag. Martine tror hvis hun hadde gått på en annen skole og ikke hadde hatt idretten ville hun nok følt mer på kroppspresset enn hva hun gjør i dag. Fokuset hennes er på prestasjon, og at det presset hun kan føle på er ikke relatert til kropp, men prestasjon.

Du vil jo bli best i idretten. Du får jo litt press på deg. Det er der du får press. Ikke andre steder, for meg da. Jeg trener ikke for å se bra ut, jeg trener jo for å bli sterkere, bli bedre i idretten min. For det er det jeg gjør.

Tidligere kom hun også inn på skolemiljøet og en annen skole som ligger i nærheten, hvor hun hevder at hvis hun hadde gått på den andre skolen ville hun nok følt mer på presset, enn hva hun gjør på skolen hun går på.

Andre steder, så tror jeg det liksom er sånn at du må være pen, du må ha tynn kropp, bra trent og alt mulig sånt ... Hvis jeg hadde gått der sjøl, så hadde det vært litt annerledes. Da ville jeg kledd meg helt annerledes enn det jeg gjør nå. Så det er jo miljøet som er der.

Kaja forteller også at hun tror skolemiljøet har mye å si, og at det ville vært annerledes hvis hun gikk på en annen skole. «Jeg fokuserer veldig mye på trening og skolen, mens der ville det bare vært skole, og da hadde det vært flere faktorer som hadde spilt inn». Mona skiller seg ut ved å nevne at det kan forekomme kroppspress på skolen, siden det er et stort treningsmiljø i klassen, og man kan sammenligne seg med andre, både i sosiale medier og på skolen.

Det er mer sånn på sosiale medier da, at det dukker opp der, og blant venner og sånn. Nå går vi på en skole hvor det naturlig blir litt kroppspress, fordi alle trener mest mulig liksom. Så man føler jo litt på det, at man hele tiden i gangen, så ser man liksom noen som er sterkere, eller løper fortere, eller sånne ting da.

Hun nevner også tidligere i intervjuet at hun opplever kroppspress. «Ja, jeg vil definitivt si at jeg til en viss grad føler på kroppspress og det greiene der».

Flere av informantene nevner at de ble mer påvirket av å bli eksponert for kropp før, og at kroppspresset var verst på ungdomskolen. Det kan være mange grunner til dette, informantene har nå blitt eldre, de kan ha utviklet et mer kritisk syn på ting de blir eksponert

for, men det kan også ha noe med det trygge skolemiljøet. Anne forteller om hvordan hun opplevde det før.

Før jeg starta her, i 10. klasse og sånn, da trente jeg en del ... på skolen jeg gikk på det var det veldig mye kroppspress. Veldig på at man skulle ha bra kropp og sånn ... men etter at jeg startet her, så har det vært så mye fokus på idretten at jeg bare har glemt det, og trener for å bli god da. Det er veldig deilig å slippe å tenke på hvordan man ser ut og hvordan kroppen din ser ut hele tiden.

Samtlige av informantene har gjort seg noen tanker eller meninger om kroppspressdebatten. Det har vært mye snakk om det og mye skriverier, og NRK har laget et eget TV-program om temaet. Flere av jentene føler kroppsdebatten er snever og hvis du ikke passer inn i den kroppsfasongen som er satt, så er det «feil». Lise forteller at hun ofte kan bli irritert av disse debattene.

Jeg har også blitt veldig sånn irritert på det på en måte, fordi jeg føler alltid det blir vinkla på samme måte ... jeg føler at når man skal snakke om kroppspress, så blir det sånn, ja du må ikke tenke på at du skal bli for tynn ... men jeg har jo folk som jeg kjenner som ikke kan noe for at de er tynne, som og føler seg skikkelig nedfor når de hører at de ikke skal være sånn.

Senere forteller hun også; «Jeg føler ofte at de bare fokuserer på en ting da, også glemmer de de andre kanskje». Ingrid forteller at hun synes det er trist at folk føler på kroppspress. Hun vet godt selv hvordan det er å føle på det.

Jeg synes det er litt trist at mange jenter føler så mye press at de ønsker å forandre på kroppen sin, og jeg synes det er veldig trist, fordi jeg vet hvordan det føles å ikke ha det bra med kroppen sin og føle at man trenger å være noen andre.

Marte er tydelig engasjert og har gjort seg opp en del tanker rundt kroppspress. Hun føler ikke så mye på det selv i dag, men tror at media og sosiale medier er med på å skape mye av det kroppspresset noen unge kan føle på i dag.

Jeg føler på en måte at de er litt med på å skape kroppspress da. Når de tar det så mye opp, så tenker folk mye mer på det enn det de hadde gjort om det ikke blei tatt opp.

Hun nevner senere at hun tror at mange unge jenter kan bli «trigga» av at det blir snakket mye om og at de da begynner å tvile på seg selv.

Media er veldig opptatt av det, og da tror jeg unge jenter blir påvirka da. Det er da man begynner å tenke kanskje jeg skulle sett sånn ut. Jeg tror om det ikke hadde vært noe tema, så tror jeg ikke folk hadde tenkt så veldig mye på kroppen sin da.

Kari snakker også engasjert om temaet kroppspress. Hun syns det er bra at temaet blir snakket om, så man kan være obs på det, samtidig som hun mener det er blitt en ubalanse i kroppsddebatten. Hun mener fokuset er mest på at det å være «stor» skal være ok, men hva med de som er naturlig tynne og de som er «midt i mellom» lurer hun på.

Jeg føler det er blitt veldig lite prat om at det er også er lov til å se tynn ut, det er lov til å se i midten ut også. Jeg føler at man kanskje kunne fokusert mer på at alt er lov da. At alle typer størrelser og alle typer høyder og alt er på en måte godtatt ... man skal føle seg fin uansett.

Senere forteller hun

For enten skal du være stor eller skal du være tynn. Så jeg føler det har blitt en veldig sånn greie i sosiale medier, og i nyhetsbildet og alt sånn da ... at nå har det blitt to alternativer da, men allikevel er det jo mange i mellom.

Kari forteller videre at hun engasjerer seg veldig og spesielt på andres vegne. Hun ser på seg selv som en mentalt sterk jente og mener selv hun ikke lar seg påvirke av det hun ser i

sosiale medier og av kroppspresset, men skjønner godt at andre blir det og at det er vanskelig å la være å bli påvirket. «Jeg skjønner godt at det er vanskelig, når man ser alle de bildene som blir lagt ut, og man ser hvordan media omtaler alt sammen».

Kaja forteller at hun tror sosiale medier er en stor del av årsaken til at mange unge føler på kroppspress i dag. «Jeg tror sosiale medier er en stor del av det, fordi det er så mange som legger ut og fordi alle kan følge alle».

5.5 Ambivalens

Ut i fra analysen av dataene er det en ambivalens i samtlige av kategoriene, hos samtlige av informantene. Ambivalensen er tydelig tilstede når informantene snakker om opplevelsene de har av sosiale medier, det de blir eksponert for av kropp og kosthold, samt det å få nye følgere og få likes på det de selv legger ut. Som vist tidligere i resultat delen kommer ambivalensen hos Lise fram når hun snakker om likes i det sosiale mediet Instagram. «Det er ikke noe jeg går rundt å tenker «å herregud, nå har jeg fått likes liksom», men det er jo noe man tenker på når man har lagt ut et bilde liksom». Hos Kaja er ambivalensen tydelig når hun snakker om likes. «Man blir jo på en måte glad hvis man får likes, men det er ikke sånn at jeg bryr meg noe om det da. Det gjør ikke noe for meg om jeg får likes eller ikke».

Eksponering av kropp og kosthold får også fram ambivalensen hos informantene, om informantene er klar over det selv, er ikke sikkert. Et godt eksempel på dette er når Siv skal fortelle hvordan hun opplever å bli eksponert for kropp i sosiale medier. «Jeg føler at selvtilliten min er veldig høy, så jeg blir ikke påvirket av det ... jeg føler jeg blir påvirka av liksom, bilder som viser mye muskler enn bilder som bare viser rumpa og sånn».

Kari mener hun ikke lar seg påvirke av kropp og kosthold i sosiale medier, men ambivalensen er tydelig, også her.

Jeg personlig tar meg ikke så mye nær av det ... Man vil jo se best mulig ut på instagram. Man vil vise fram den beste siden av seg sjøl. Men lissom, å det tenker jeg også på før jeg legger ut ett bilde. Man ser jo litt ekstra på det og man har jo liksom kommentert på det i ettertid, oi shit, ser jeg litt sånn, for eksempel så tjukk jeg så ut der, eller så stor jeg så ut der eller sånne typer ting da. Man vil jo ikke gjøre det, men.

Jentenes ambivalens er en gjenganger i samtlige kategorier i resultatdelen, og kan sees på som et av de viktigste hovedfunnene fra analysen av dataene.

6. Diskusjon

I kapittel 5 har jeg presentert funnene knyttet til intervjuene. Videre i diskusjonsdelen av denne oppgaven vil jeg se nærmere på funnene, som vil knyttes opp mot teorien som ble presentert i kapittel 3.

6.1 Sosiale medier som sosial arena

Ut i fra analysen beskriver jentene sosiale medier som en plattform hvor man kommuniserer med venner, henter inspirasjon og hvor man kan oppleve sosial støtte. Det er også en arena hvor man blir eksponert for bilder av blant annet kropp og mat, og hvor man kan oppleve en form for sosialt press. Sosiale medier er en viktig brikke i jentenes liv, men det er også noe som får fram uavklarte og motstridende følelser hos dem.

Holdningen jentene har til sosiale medier kan ha en innvirkning på hvordan de bruker – og lar seg påvirke. Sosiale medier er på mange måter lagt opp til at man kan måle folks sosiale kapital. Å ha venner og «følgere» på sin profil, samt gi og få likes og kommentarer på det man legger ut, kan gi en følelse av sosial støtte. Ved å ha en høy grad av sosial støtte i sosiale medier, kan man si at man har en sterk sosial kapital i sitt sammenbindende miljø. Bonding eller sammenbindende er en del av Putnams begrep sosial kapital (Helsedirektoratet, 2010; Putnam, 1993), og sees på som de sterke båndene som dannes innenfor sosiale grupper. Vi danner sterke bånd til individer med lik bakgrunn og like interesser, for eksempel familie, klassekamerater og venner. Dette kan sees på som sosial støtte (Claridge, 2018; Putnam, 1993).

Sosiale medier som for eksempel Facebook kan på mange måter sees på som en arena for sosial støtte, hvor man kan styrke sin sosiale kapital (Ellison et al. 2007). Man kan anta at det å bruke sosiale medier som Instagram og Snapchat også kan være med å påvirke den sosiale kapitalen. Som Kari nevner i sitt intervju, blir man sett på og omtalt som populær ved å ha mange følgere i sosiale medier. Ved å ha mange følgere i sosiale medier, vil dette kunne styrke en persons sosiale kapital, både blant venner og i sosiale medier. Samtlige av informantene føler at de har sosial støtte i sosiale medier. En av jentene nevner at det å ha profil i sosiale medier, ha følgere, få likes og kommentarer på bildene sine, kan være positivt for de som kan føle seg ensomme. Hvis man føler seg ensom, kan man oppleve at man får sosial støtte i sosiale medier, som igjen kan gi økt trivsel og en følelse av økt sosial kapital (Ellison et al., 2007.; Vaage, 2016). Dette kan også slå feil vei, hvis man får lite anerkjennelse i sosiale medier, kan ensomhets følelsen bli forsterket.

Holdningene jentene uttrykker på det som legges ut i form av likes, og følgere på sine brukere i sosiale medier er motstridene, hvor de i det ene øyeblikket forteller at det er ikke noe de bryr seg om, og det har ikke noe å si for dem, og i neste øyeblikk forteller at de blir glade hvis noen liker det de legger ut. Det kan virke som at jentene selv ønsker at dette ikke skal påvirke dem, men at det faktisk har en betydning for dem. Når Sophie Elise, en av Norges desidert største bloggere og influencere, uttaler at hun fjerner et bilde fra Instagram hvis hun har færre enn 100 likes i løpet av ett minutt, er det ikke overraskende at disse jentene opplever at antall likes betyr noe (Nilsen, 2018). Hvis dette er holdningen blant influencere, som har sterk sosial kapital i sosiale medier, kan man forstå hvorfor det oppleves som viktig for «publikum» også. Man kan anta ut i fra det jentene forteller om hvordan de opplever å bli glade av å få en ny følger eller likes på det de legger ut i sosiale medier, at hvis de får liten eller dårlig respons på det de legger ut, kan det påvirke deres humør negativt, og de kan oppleve en følelse av lite sosial støtte og lav sosial kapital (Vaage, 2016; Ellison et al. 2007).

Sosiale medier kan gi fordeler, som blant annet økt sosial kapital, med ved å få liten respons på det man legger ut, og ha få følgere, kan det oppleves negativt i forhold til sosial støtte og sosial kapital. Jevnaldrende har en stor påvirkning på hverandre, og for mange er det viktig å få tilbakemeldinger og bekreftelse fra de på sin egen alder, og i sitt sammenbindende miljø (Chua & Chang, 2016). Det å presentere seg selv på «riktig» måte kan oppfattes viktig for mange (Nilsen, 2018; Lyu, 2016, Chua & Chang, 2016). Det å legge ut en «selfie» eller er bilde når det skjer noe ekstra, er en måte å presentere seg selv i sosiale medier, og for å styrke sin sosiale kapital, både fra personer i det sammenbindende – og det overbyggende miljøet (Lyu, 2016).

6.2 Kropp og kosthold i sosiale medier

Djafarova & Rushworth (2016) sin forskning viser at ikke-tradisjonelle kjendiser og influencernes påvirkningskraft er sterk. Samtlige av jentene i denne oppgaven mener selv at det å se bilder av mat- og kosthold i sosiale medier er inspirerende. Når influencere med sterk sosial kapital deler mat- og kostholds-bilder, samt tips på sine sosiale medier, kan det føles tillitsfullt for følgeren som ser opp til denne influenceren. Bridging eller overbyggende, som er en del av Putnams sosiale kapital (Helsedirektoratet, 2010; Putnam, 1993), sees på som sosial kontakt og samhandling på tvers av grupperinger og felles mål. Det bygges en tillit mellom influencer og følger, gjennom informasjonsutveksling av for eksempel matinspirasjon og sosial kontakt i sosiale medier, hvor følgeren kan like og kommentere influencernes innlegg. Man kan se på det som et felles mål, hvor influenceren ønsker å kommunisere og inspirere følgerne sine med blant annet kostholdstips og inspirasjon, og følgerne ønsker å kopiere influenceren, som har en høy sosial kapital (Santarossa & Woodruff, 2017; Djafarova & Rushworth, 2016).

I analysen av intervjuene viser det seg at det er en liten forskjell i hvordan jentene opplever å bli eksponert for matbilder i sosiale medier. Ett eksempel er når Ingrid forteller at det kan være inspirerende, men at hun ikke følger folk som har fokus på kropp og mat, og man kan se på dette som en måte å beskytte seg selv på, ved å ikke følge noen eller noe du vet kan påvirke deg negativt, men det kan også være at hun ikke er interessert. Ved å holde seg til personene innenfor sitt sammenbindende miljø, med familie og nære venner, kan man føle seg beskyttet fra ytre påvirkningsfaktorer. Når Marte forteller at det er ikke det å se kostholds bilder og kostholdsinspirasjon som påvirker kostholdet, men det å se bilde av en «bra kropp», som kan påvirke kostholdet er et godt eksempel. Hendrickse et al. (2017), Brown & Tiggemann (2016), Ahadzadeh et al. (2016) og Tiggemann & Zaccardo (2015) har alle funnet i sin forskning at eksponering av bilder og «fitspiration» i sosiale medier kan være med å påvirke individers syn på seg selv, og kroppslig utilfredshet. Som Marte nevner kan det å bli eksponert for bilder av «bra kropper» være med å påvirke kostholdet, ved å sammenligne sin kropp med den de ser og hva de kan gjøre for å «se sånn ut».

Jentene i denne oppgaven går på en liten skole som på mange måter oppleves som trygg, og med idretten i fokus, kan dette oppleves beskyttende. Skolen og idretten er trygt, og jentene opplever at de får sosial støtte og økt sosial kapital i sitt sammenbindende miljø. De forteller alle at de er fornøyde med kostholdet sitt, og at opplever selv at de spiser sunt. Å hente inspirasjon på blogger og i sosiale medier er en fin måte å få tips til å variere kostholdet sitt. Det er tydelig at det å spise sunt er viktig for jentene, og flere av jentene forteller at de opplever det som viktig å spise sunt, variert og nok mat, for å kunne prestere innenfor idretten sin. Samtlige av jentene forteller at de ønsker å nå så langt som mulig innenfor sin idrett og at det er det som er i fokus. På mange måter kan idretten og skolen de går på sees på som beskyttende faktorer innenfor det sammenbindende miljøet.

Eksposering av bilder og «fitspiration» i sosiale medier kan være med å påvirke individers syn på seg selv, og kroppslig utilfredshet, samt at det kan være med å påvirke humøret (Hendrickse et al., 2017; Slater et al., 2017; Brown & Tiggemann, 2016; Ahadzadeh et al., 2016; Tiggemann & Zaccardo, 2015). Det kom fram i intervjuene at flere av jentene opplever at fokuset på kropp i sosiale medier til tider er ganske stort. Temaet kropp i sosiale medier fikk fram de samme motstridende følelsene hos jentene, som kom fram når det var snakk om anerkjennelse og respons i sosiale medier, via likes og følgere. Det er tydelig at det påvirker dem, selv om de uttrykker noe annet. Flere uttalte at de ikke føler de blir påvirket av å bli eksponert for kropp i sosiale medier, men senere kom det fram at de kan bli påvirket, og at de har følt på eller føler på kroppspress. Som nevnt tidligere, er Ingrid klar på at hun bevisst ikke følger personer i sosiale medier som fokuserer på kropp og kosthold. Siden dette er en bevisst handling fra hennes side, kan man som nevnt tidligere se på dette som noe hun gjør for å beskytte seg selv.

En av jentene nevner at det å bli eksponert for kropp i sosiale medier kan påvirke hva man velger å legge ut av bilder selv. Ved å følge personer som har et stort fokus på kropp i bildene som legges ut, og man ser at influencere og andre personer som har mange følgere og får mange likes på sine bilder, kan man ende opp med å tenke «kanskje jeg burde legge ut sånne bilder også?». Flere av informantene er klare på at kropp gir likes, som kan være en måte å bygge opp sin sosiale kapital i sosiale medier, både innenfor det sammenbindende og overbyggende miljøet. Når man ser personer og influencere sanker likes og følgere gjennom å fokusere på kropp, kan man sammenligne seg med andre og la seg påvirke å legge ut lignende bilder (Ahadzadeh et al., 2016; Brown & Tiggemann, 2016; Chua & Chang, 2016; Vaage, 2016; Tiggemann & Zaccardo, 2015; Ellison et al., 2007).

Med ett unntak var alle informantene i denne oppgaven tydelige på at de selv ikke føler at de blir påvirket av kroppseksponering i sosiale medier, men i samtlige av intervjuene kom

det fram at de til tider føle på denne kroppseksposeringen selv, og de kunne også skjønne at andre blir påvirket det. Tidligere studier har vist at det å bli eksponert for bilder av influencere og andre i sosiale medier, av kropper og andre ting kan være med å påvirke humøret i negativ retning, påvirke bekymringer i forhold til eget kroppsbilde og kroppslig misnøye (Santarossa & Woodruff, 2017; Rodgers & Melioli, 2017; Hendrickse et al., 2017; Slater et al., 2017; Djafarova & Rushworth, 2016; Ahadzadeh et al., 2016; Brown & Tiggemann, 2016; Tiggemann & Zaccardo, 2015). En av grunnene til at noen av jentene føler selv de ikke blir påvirket, kan være på grunn av skolen, med et trygt, sammenbindende miljø, hvor samtlige av informantene satser for å komme lengst mulig innenfor sin idrett. Samtlige av jentene uttaler at de er opptatt av at kroppen skal prestere så godt som mulig, og det å se ut på en viss måte ikke er så farlig. De tenker kropp for prestasjon, kontra utseende. Det kan tolkes som at jentene havner i en konflikt mellom sporten, den fysiske prestasjonen som kreves av dem, og miljøet på utsiden av idretten, samt det fysiske utseende. Lunde & Gattario (2017) har sett lignende konflikt i sin studie. Det kan tyde på at jentenes deltagelse i idrettsmiljøet bidrar til å øke deres forståelse om hvordan kroppen fungerer og hva som må til for å nå deres mål, samtidig som det kan påvirke deres selvtillit i positiv retning. Allikevel kan de havne i en konflikt med seg selv, når de blir eksponert for kroppsidealer og stereotypier utenfor idrettsmiljøet og i sosiale medier, som kan gjøre dem usikre på egen kropp og kroppsbilde, som kan være en forklaring på de motstridende følelsene jentene sitter med (Lunde & Gattario, 2017).

Kroppspress er et tema som engasjerer samtlige av jentene. De snakker alle engasjert om temaet, og de har alle følt på det, tidligere eller i nyere tid. Samtlige av jentene som er intervjuet, har som nevnt tidligere, fokus på å prestere i idretten sin, og de har sterke bånd innenfor sin sosiale gruppe. Ved å ha et sterkt forhold til personene innenfor sitt sammenbindende miljø, kan dette være positivt for deres sosiale kapital (Claridge, 2018; Helsedirektoratet, 2010). Flere av informantene følte at kroppspresset var verre på

ungdomsskolen, enn hva det er nå. Det kan være mange grunner til at de føler det på denne måten. Blant annet har de blitt noen år eldre, og de kan ha utviklet et mer kritisk syn på det de blir eksponert for i hverdagen og i sosiale medier. Skolemiljøet og tryggheten de opplever, kan også tenkes å være en viktig faktor. Som nevnt tidligere kan dette føles trygt og beskyttende å holde seg innenfor sitt sammenbindende miljø.

Kroppspress er et tidsaktuelt tema, som stadig er oppe i media og sosiale medier. Flere av jentene opplever at debatten i mediene og sosiale medier om kroppspress er snever, og at den utelukker visse kroppstyper. Noen av jentene uttrykker at de blir irriterte og ønsker at fokuset burde rette seg mot mangfoldet, og ikke kun på de som er veldig tynne eller de som er veldig store. Flere av jentene opplever at media og sosiale medier har mye av skylden for kroppspresset og fokuset på kropp som er i dag, fordi man har tilgang til alt og alle i sosiale medier. Som Kaja sier i sitt intervju, «alle kan følge alle». Når jentene blir eksponert for «fitspiration» bilder og andre typer bilder som influencere og andre legger ut i sosiale medier, er det lett at man sammenligner seg med andre, som videre kan utvikle seg til en kroppslig misnøye og slå ut på humøret, og i verste fall en fysisk eller psykisk lidelse, som for eksempel en spiseforstyrrelse (Hendricks et al., 2017; Ahadzadeh et al., 2016; Brown & Tiggemann, 2016; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

6.3 Ambivalente holdninger

I analysen kom ambivalensen og de uavklarte følelsene jentene har til temaene likes, følgere, kropp og kosthold i sosiale medier tydelig fram, men allikevel er det ingen av jentene som oppgir at de «avviser» eller ønsker å slette de sosiale mediene de bruker. Ett eksempel er når Martine forteller at mobilen og sosiale medier er som en avhengighet, og med ett unntak, er det ingen av jentene som sier at de kan slette sosiale medier. Samlet sett kan det virke som at jentenes holdninger til sosiale medier, likes, følgere, og eksponeringen for kropp og

kosthold er motstridende, både i forhold til seg selv og på tvers av hverandre. Ut i fra analysen er det mye som tyder på at jentene har et ambivalent forhold til kropp og kosthold i sosiale medier.

Det kan virke som at jentene har et ønske om at antall følgere, antall likes, og eksponering av kropp og kosthold i sosiale medier ikke skal påvirke dem, men at det allikevel gjør det. Ved å fremstå som «sterk» og fremstå som at man ikke bryr seg, kan være en måte å styrke sin posisjon blant venner, og den sosiale kapitalen i sitt sammenbindende miljø.

I analysen kom det fram at samtlige av jentene opplever bilder av mat i sosiale medier inspirerende. Det inspirerer dem til å spise sunt, og variert. Som nevnt tidligere, satser samtlige av jentene innenfor sin idrett, og det å spise sunn mat og nok mat, er en fornuftig tanke av idrettsjenter. Disse fornuftige tankene kan tenkes å være sosialt aksepterte i deres sammenbindende miljø. Allikevel er det en ambivalens tilstede når jentene ser en «bra kropp» i sosiale medier. Ved å bli eksponert for det de selv anser for å være en «bra kropp», kan føre dem videre inn på tanker som «hva kan jeg gjøre for å se sånn ut?», hvor tankene igjen går videre på mat og kosthold. Ut i fra analysen kan det tyde på en uvitenhet, eller en benektelse ovenfor seg selv, og andre. Det å være opptatt av sunn mat, og prestasjon innenfor sin idrett, er fornuftig, men det å være ute etter det estetiske med kroppen, og spise i forhold til utseende og estetikk, oppleves kanskje ikke like aksepterende i det sammenbindende miljøet. Det kan sees på som et forsvar, når jentene sier at de ikke lar seg påvirke. Det er ikke sikkert de er bevisste på hvilke uavklarte følelser de sitter med, men de er tilstede når det er snakk om sammenhengen mellom mat og kropp i kosthold. Som intervjuer skulle jeg ønske jeg tok mer tak i «sunnheten», og hva det betydde for jentene under intervjuene, men sunnhetsfokuset og ambivalensen kom klarere fram i analysen, enn i selve intervjuene.

Det var kun Mona som uttrykte at kroppspress var noe hun følte på, men utover i intervjuene kom det fram at alle jentene har følt på eller føler på kroppspress. Her kommer ambivalensen og de uavklarte følelsene til kropp og kroppspress tydelig fram. Et godt eksempel på dette er når Siv får spørsmål om hun opplever at det å bli eksponert for bilder med kropp i fokus, svarer hun: «Jeg føler at min selvtillit er veldig høy, så jeg blir ikke påvirket av det ... jeg føler jeg blir påvirket av liksom, bilder som viser mye muskler enn bilder som bare viser rumpa og sånn».

Som nevnt tidligere i diskusjonen, viser studier at selvpresentasjon i sosiale medier, og jevnaldrenes påvirkningskraft har mye å si (Lyu, 2016; Chua & Chang, 2016). Det kan virke som at ambivalensen og de uavklarte følelsene hos jentene henger sammen med selvpresentasjon i sosiale medier. Selvpresentasjonen sees på som viktig (Aalen, 2015). Følgere og influencere i sosiale medier, og jevnaldrende har ikke bare en stor påvirkningskraft, men de kan også bli sett på som «dommere» og sammenligningsmål (Lyu, 2016; Chua & Chang, 2016). Å presentere seg selv «riktig» i sosiale medier, vil kunne gi flere følgere og respons i form av likes, som kan være med å styrke den sosiale kapitalen både hos nære venner i det sammenbindende miljøet og på tvers av grupperinger i det overbyggende miljøet (Putnam, 2000; 1993).

6.4 Konkluderende diskusjon

Sosiale medier er en integrert del av dagens samfunn, og er en stor del av manges hverdag. Sosiale medier spiller en stor og sentral rolle i hverdagen til dagens ungdom og ungevoksne, både når det kommer til skolearbeid og deres sosiale liv (Bakken, 2017). Sosiale medier er en arena hvor man kan se og bli seg sett, og samtidig oppleve få sosial støtte (Vaage, 2016; Oh, Lauckner, Boehmer, Fewins-Bliss & Li, 2013; Ellison et al., 2007). Hvis man opplever å ha et lite sosialt miljø, og opplever lite sosial støtte i virkeligheten, kan man i sosiale

medier oppleve å føle seg sett og oppleve sosial støtte, med følgere og likes. En opplevelse av sosial støtte i sosiale medier kan gi en opplevelse av bedre helse (Oh et al., 2013; Ellison et al., 2007).

Mønsteret fra analysen av dataene viser at deltagerne uttrykker en tydelig ambivalens til sosiale medier generelt, og eksponeringen av kropp og kosthold. Det kan antas at denne ambivalensen skyldes noe uavklarte og motstridende følelser. En mulig måte å forstå dette på er en måte å beskytte seg selv ved å si høyt at man ikke bryr seg, selv om det kommer fram at de gjør det. Jentene snakker mot seg selv, og man kan jo spørre seg selv hva det betyr. Er det viktig for deres sosiale posisjon og deres sosiale kapital å uttrykke at man ikke bryr seg? Er det en fornektelse ovenfor seg selv eller ovenfor meg som intervjuer? Er det intervjusettingen som skaper en usikkerhet? Man kan trekke likheter til Hervik & Fastings (2014) studie om hvordan menn snakker om kroppen sin, der mennene ga uttrykk for å bry seg om kroppens utseende, samtidig som de var ukomfortable med å snakke om det. Jentene i denne oppgaven gir uttrykk for at de ikke bryr seg, men at de faktisk bryr seg om kroppens utseende. Om jentene er klar over det selv, er som nevnt tidligere i diskusjonen usikkert, men de motstridene og uavklarte følelsene hos samtlige av jentene når det gjelder sosiale medier og hvordan dette påvirker deres kroppsbilde og kostholdsvaner er tilstede.

Tenåringer og unge-voksne har en økt risiko for å utvikle psykiske problemer, samtidig som de er i en livsfase hvor det kan oppleves som viktig hva andre, og spesielt jevnaldrende syns om en, og hvor det å oppleve å ha en sterk sosial kapital både innenfor sitt sammenbindende og overbyggende miljø kan oppfattes som viktig (Claridge, 2018; Wright et al., 2012; Putnam, 2000; 1993). Usikkerhet og uavklarte følelser i sosiale medier kan være en faktor, som kan påvirke risikoen for å utvikle psykiske problemer, som for eksempel depresjon og spiseforstyrrelser (Rodger & Melioli, 2017; Helsedirektoratet, 2014; Wright et al., 2012; Sweeting et al., 2010).

Sosial støtte og sosiale nettverk påvirker helsen positivt, spesielt den psykiske helsen (Helse- og omsorgsdepartementet, 2015), mens ensomhet og stress kan ha en negativ effekt. Både det å oppleve sosial støtte i og utenfor sosiale medier, kan være positivt for helsen. Har man lav sosial kapital og lite sosial støtte i hverdagen, men opplever å ha sosial støtte på for eksempel Facebook og instagram, kan dette oppleves som positivt for egen helse (Vaage, 2016; Ellison 2007). Sosiale medier kan sees på som en beskyttende faktor for eksponering av blant annet kropp og kosthold, hvor man kan føle det mindre negativt, på grunn av den sosiale støtten man kan oppleve å ha i sosiale medier. Selv om jentene i denne oppgaven kan oppleve sosiale medier og eksponeringen for kropp og kosthold som komplisert, kan den sosiale støtten de opplever være med å bygge opp deres sosiale kapital, innenfor det sammenbindende og det overbyggende miljøet.

6.5 Videre forskning

Fremtidig forskning må forholde seg til at sosiale medier er blitt en stor del av hverdagen til folk. Hvis man skal forske på kropp, mat, trening, psykisk helse og livsstil generelt, vil sosiale medier være et viktig aspekt å ha med.

Et forslag til videre forskning kan være å undersøke ambivalensen og fokuset på å spise sunt hos jenter og gutter på videregående nærmere. Er det en forskjell mellom de som driver aktivt med idrett som jentene i denne oppgaven, sammenlignet med de ikke driver aktivt med idrett, og hvordan de opplever at sosiale medier påvirker deres kroppsbilde og kostholdsvaner?

Litteraturliste

- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., & Ong, F. S. (2016). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8-16. doi: 10.1016/j.chb.2016.11.011
- Aspeli, I. (2016). *Hva betyr det å være en «influencer» i dag?* Hentet fra <http://melkoghonning.no/betyr-a-vaere-influencer-dag/>
- Bakken, A. (2017). *Ungdata 2017: Nasjonale resultater* (Vol. 10/2017, NOVA-rapport (online)). Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th. ed.). Oxford: Oxford University press.
- Brown, Z. & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37-43. doi: 10.1016/j.bodyim.2016.08.007
- Claridge, T. (2018). *What is the difference between bonding and bridging social capital?* Hentet fra <https://www.socialcapitalresearch.com/difference-bonding-bridging-social-capital/>
- Creswell, J. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Los Angeles: Sage.
- Chua, T. H. H. & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer-comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190. doi: 10.1016/j.chb.2015.09.011

-
- Djafarova, E. & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, 68, 1-7. doi: 10.1016/j.chb.2016.11.009
- Eder, D. & Fingerson, L. (2002). Interviewing children and adolescents. I J.F. Gubrium & J.A. Holstein (red.), *Handbook of interview research* (s. 181- 201). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social networking sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12, 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Engelsrud, G. & Nordtug, B. (2016). *Vi må slutte å prate om kroppspresset*. Hentet fra <https://forskning.no/meninger/kronikk/2016/03/presset-pa-kroppspresset>
- Eriksen, I. M., Sletten, M. Aa., Bakken, A. & Von Soest, T. (2017). *Stress og press blant ungdom. Erfaringer, årsaker og utbredelse av psykiske helseplager*. (Vol. 6/2017, NOVA-rapport (online)). Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.
- Facebook (2017). Hva er Instagram. Hentet fra: <https://www.facebook.com/help/instagram/424737657584573>
- Familie og kulturkomiteen, 2016. *Representantforslag om å forebygge kroppspress hos barn og unge*. Hentet fra: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Saker/Sak/?p=64199>

Fitspiration, s.a. I *Oxford dictionaries*. Hentet fra

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/fitspiration>

Folkehelseinstituttet (2014). *Folkehelse rapporten 2014. Helsetilstanden i Norge*. (2014:4).

Hentet fra: <https://www.fhi.no/nettpub/hin/helse-og-sykdom/psykisk-helse-hos-barn-og-unge/#konsekvenser-og-utfordringer>

Halvorsen, J. W. (2015). *Kroppsidealer i norske treningsblogger- og kostholdsblogger*.

(Mastergradsavhandling, Høgskolen i Lillehammer). J.W. Halvorsen, Lillehammer.

Hartberg, S. & Hegna, K. (2014). *Hør på meg! Ungdomsundersøkelsen i Stavanger 2013*.

Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring (Rapport 2, 2014).

Hentet fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2014/Hoer-paa-meg>

Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B. & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college womens' body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in human behavior*, 74, 92-100.

Helse- og omsorgsdepartementet. (2016). *#Ungdomshelse. Regjeringens strategi for ungdomshelse 2016-2021*. Hentet fra:

https://www.regjeringen.no/contentassets/838b18a31b0e4b31bbfa61336560f269/ungdomshelsestrategi_2016.pdf

Helse- og omsorgsdepartementet (2015). *Folkehelsemeldingen. Mestring og muligheter*.

(Meld. St. 19 2014-2015). Hentet fra

<https://www.regjeringen.no/contentassets/7fe0d990020b4e0fb61f35e1e05c84fe/no/pdfs/stm201420150019000dddpdfs.pdf>

Helsedirektoratet (2010). *Sosial kapital – teorier og perspektiver. En kunnskapsoversikt med vekt på folkehelse*. Hentet fra

<https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/316/Sosial-kapital-teorier-og-perspektiver-en-kunnskapsoversikt-med-vekt-pa-folkehelse-IS-1797.pdf>

Helsedirektoratet (2014). *Ungdom og spiseforstyrrelser*. Hentet fra:

<https://helsenorge.no/sykdom/psykiske-lidelser/spiseforstyrrelser/spiseforstyrrelser-ungdom>

Hervik, S. E. & Fasting, K. (2014). 'It is passable, I suppose' – Adult Norwegian men's notions of their own bodies. *International review for the Sociology of Sport* 51(7), 800-816. doi: 10.1177/1012690214557709

Holmlund J. T. & Lundervold L. K. (2010, 15. november). *Unge jenter ber toppbloggere om hjelp til å få spiseforstyrrelse - Kan være livsfarlig, sier eksperter*. Hentet fra <http://www.kjendis.no/2010/11/15/kjendis/blogging/spiseforstyrrelser/14300317/>

Holmqvist, K. & Frisèn, A. (2012). "I bet they aren't that perfect in reality:" Appearance ideals viewed from the perspective of adolescents with positive body image. *Body image*, 9, 388-395. doi: 10.1016/j.bodyim.2012.03.007

Influencer, (s.a). I *Oxford dictionairies*. Hentet fra

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/influencer>

Ipsos (2017). *Sosiale medier tracker: April – Juni 2017*. Hentet fra:

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2017-09/SOME%202.%20kvartal%202017.pdf>

- Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg. ed.). Oslo: Abstrakt.
- Jones, L., & Douglas, J. (2012). *Public health: Building innovative practice*. Los Angeles, Calif: Sage Publications; The Open University cop.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal.
- Lindholm, O. (2014). *Bullshitfilteret*. Oslo: Gyldendal.
- Lunde, C. & Gattario, K., H. (2017). Performance or appearance? Young female sports participants body negotiations. *Body Image*, 21, 81-89. doi: 10.1016/j.bodyim.2017.03.001
- Løvskar, T. & Tørdal, R. M. (2017). *Internett endrer mediebildet*. Hentet fra: <https://ndla.no/nb/node/99955?fag=52222>
- Lyu, S. (2016). Travel selfies on social media as objectified self-presentation. *Tourism Management*, 54, 185-195.
- Midbøe, O. M., Gjellan, M., Aardal, E. & Vigsnæs, M. K. (11.06.2015). Mener kroppshysteri blant unge er et folkehelseproblem. *Norsk Rikskringkasting [NRK]*. Hentet fra: <https://www.nrk.no/norge/mener-kroppshysteri-blant-unge-er-et-folkehelseproblem-1.12403112>
- Mogstad, K. (2017). *Kroppsklemma: Hvordan være trygge og gode voksne for barn og unge i et kroppsfiksert samfunn*. Oslo: Cappelen Damm.

-
- Nilsen, M. S. (2018, 18. januar). TV-anmeldelse Sophie Elises verden: Ensomt på toppen. *Verdens gang [VG]*. Hentet fra <https://www.vg.no/rampelys/tv/i/bKzad3/tv-anmeldelse-sophie-elises-verden-ensomt-paa-toppen>
- Oh, H. J., Lauckner, C., Boehmer, J., Fewins-Bliss, R. & Li, K. (2013). Facebooking for health: An examination into the solicitation and effects of health-related social support on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 2072-2080.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, N.J: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Reneflot, A., Aarø, L. E., Aase, H., Reichborn-Kjennerud, T., Tambs, K. & Øverland, S. (2018). Psykisk helse i Norge. Hentet fra: https://fhi.no/globalassets/dokumenterfiler/rapporter/psykisk-helse/psykisk_helse_i_norge2018.pdf
- Rodgers, R., & Melioli, F. (2016). The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use, Part I: A Review of Empirical Support. *Adolescent Research Review*, 1(2), 95-119
- Rør, A. (2006). *Spiseforstyrrelser: Symptomer og behandlingsstrategier*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Santarossa, S., & Woodruff, S. (2017). #SocialMedia: Exploring the Relationship of Social Networking Sites on Body Image, Self-Esteem, and Eating Disorders. *Social Media + Society*, 2017, Vol.3(2)

Selfie (s.a). I *Oxford dictionaries*. Hentet fra
<https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie>

Shilling, C. (1993). *The body and social theory*. London: Sage

Shilling, C. (2008). *Changing bodies: Habit, crisis and creativity*. Los Angeles, CA: Sage

Samdal, O., Mathisen, F. K. S., Torsheim, T., Diseth, Å. R., Fismen, A., Larsen, T. ...
Årdal, E. (2016). *Helse og trivsel blant barn og unge*. HEMIL-rapport 1/2016 /
Univeristet i Bergen.

Skårderud, F. (2013, 28. desember). Kroppen er den nye sjelen. *Aftenposten*. Hentet fra
<http://www.aftenposten.no/meninger/Kroppen-er-den-nye-sjelen-7418582.html>

Slater, A., Varsani, N. & Diedrichs P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of
fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-
compassion, and mood. *Body Image*, 22, 87-96

Solheim, I. H. (2013). *Identitet, kropp og hverdagsliv i et folkelig perspektiv: Og
erfaringskunnskapens plass innen folkehelseetnningen* (Doktorgradsavhandling,
Karlstads Universitet). Hentet fra: [http://www.diva-
portal.org/smash/get/diva2:601099/FULLTEXT02.pdf](http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:601099/FULLTEXT02.pdf)

Sweeting, H., West, P., Young, R. & Der, G. (2010). Can we explain increases in young
people's psychological distress over time? *Social Science & Medicine*, 71(10), 1819-
1830.

-
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. (3. ed.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Tiggemann, M. & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body image*, 15, 61-67.
- Vaage, O. F. (2016). *Norsk mediebarometer 2015*. (Statistiske Analyser 146). Hentet fra: https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/_attachment/262805?_ts=159b78419c8
- Voelker, D., Reel, J., & Greenleaf, C. (2015). Weight status and body image perceptions in adolescents: Current perspectives. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, 6, 149-58.
- VSCO (s.a). *What is a VSCO profile?* Hentet fra <https://support.vSCO.co/hc/en-us/articles/200322680-What-is-a-VSCO-Profile->
- Wollebæk, D. & Segard, S., B. (2011). *Sosial kapital i Norge*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Wright, K. B., Rosenberg, J., Egbert, N., Ploeger, N. A., Bernard, D. R., & King, S. (2012). Communication Competence, Social Support, and Depression Among College Students: A Model of Facebook and Face-to-Face Support Network Influence. *Journal of Health Communication*, 18(1), 1-17. doi: 10.1080/10810730.2012.688250

Vedlegg

Brev til Rektor

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet "unge jenters opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier"

Mitt navn er Annie Ludvigsen Sannvoll og jeg studerer master i Folkehelsevitenskap ved Høgskolen i Innlandet. I den forbindelse ønsker jeg i januar/februar 2018 å utføre forskningsintervjuer av jenter på videregående skole som gir grunnlag for videre arbeid med masteroppgaven min som skal leveres i slutten av mai 2018.

Hensikten med prosjektet er å få en dypere forståelse og mer kunnskap rundt unge jenters opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier. Ved sosiale medier så menes blogger, snapchat, instagram, facebook, twitter, pinterest og lignende.

I følge Ungdata undersøkelsen fra 2016 har bruken av sosiale medier økt betraktelig de siste årene, og spesielt blant unge jenter på videregående, samtidig som det blir rapportert om flere og flere som føler på kroppspress blant annet gjennom sosiale medier.

Selv ser jeg på temaet som veldig aktuelt i dagens samfunn og innen for folkehelse, og håper på å kunne fremme kunnskap om dette temaet blant annet i et forebyggingsperspektiv i forhold til deres kroppsbilde og kostholdsvaner.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Jeg ønsker å gjøre et kvalitativt forskningsintervju (en-til-en) med 10 jenter fra 2. og 3. klasse på videregående skole som bruker sosiale medier. Jeg er ute etter deres opplevelser og erfaringer, og hvordan dette eventuelt påvirker deres kroppsbilde og kostholdsvaner.

Hva skjer med informasjonen fra elevene?

Jeg kommer til å ta opp alle intervjuene på lydopptak og ta notater mens vi snakker sammen. Intervjuene vil vare i omtrent én time. Det er ønskelig at dette skjer i skoletiden, gjerne på skolen, i ett eget rom, men det kan også foregå uten om ordinær undervisningstid. Når prosjektet er gjennomført vil lydopptakene og eventuelle notater bli slettet. Alle personopplysninger og informasjon behandles konfidensielt og anonymiseres. Jeg har taushetsplikt, og det vil ikke være mulig å kjenne igjen hvem som har sagt hva i oppgaven. Prosjektet er sendt inn til NSD (norsk senter for forskningsdata) for å bli etisk godkjent.

Frivillig deltakelse:

Det er frivillig å delta i dette prosjektet og informanten kan trekke seg når som helst, uten å måtte begrunne dette.

Hvis det dukker opp spørsmål under intervjuet som informanten ikke ønsker å svare på er dette også helt greit, og det trenger ikke å begrunnes.

Dersom det skulle være noe dere lurer på kan dere ta kontakt med meg på telefon 90561053 eller på mail: annie_sannvoll@hotmail.com.

Min veileder Stein Egil Kolderup Hervik kan også kontaktes på mail: stein.hervik@inn.no.

Mvh

Annie L. Sannvoll

Masterstudent i Folkehelsevitenskap

Intervjuguide

Informasjon

Jenter på videregående opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier

Temaet vi skal snakke om i dag er sosiale medier, og hvordan du opplever sosiale medier, i forbindelse med min masteroppgave, derfor har jeg lyst til å snakke litt med deg i dag.

Før vi setter i gang med intervjuet vil jeg informere deg om noen viktige ting:

- Intervjuet vil vare omtrent 1 time
- Hvis du ønsker å avbryte intervjuet, så er det helt i orden.
- Hvis jeg stiller ett spørsmål du ikke ønsker å svare på, så sier du i fra om det, så går vi videre til neste spørsmål.
- Det er helt greit å be om pause under intervjuet, hvis du ønsker det.
- Jeg kommer til å ta opp intervjuet som lydopptak på telefonen min. Det er kun jeg som kommer til å ha tilgang til lydopptaket og det vil bli slettet når jeg er ferdig med oppgaven min.
- Jeg kommer til å ta litt notater underveis mens vi snakker, så jeg får med meg så mye som mulig.
- Det er ingen som får vite hva du har sagt. Alt du sier til meg i dag er konfidensielt og i oppgaven vil du bli anonymisert, så ingen kan kjenne deg igjen. Jeg har taushetsplikt, så jeg kommer ikke til å fortelle til noen hvem du er eller hva du har fortalt meg her i dag. Hvis du ønsker å fortelle om at du har vært med på dette er det opp til deg.

Det er ingen svar som er riktige eller feil. Alle svar er gode svar, og det er dine erfaringer og opplevelser jeg er ute etter.

Har du noen spørsmål før vi setter i gang?

Innledningsspørsmål

Kan du kort fortelle meg litt om deg selv?

- *Hvor gammel du er, hvilken klasse du går i, hvilken idrett du holder på med, eventuelt mål med idretten og lignende*

Hovedspørsmål

Kan du fortelle meg litt om hvilke sosiale medier du bruker?

- *Hva gjør disse sosiale mediene interessante for deg?*
- *Hvordan opplever du den/de sosiale mediene du bruker?*
- *Hvordan bruker du disse sosiale mediene?*

Er det forskjell på hvordan du bruker XXXX og YYYY? (De sosiale mediene informanten nevner)

Hva er dine tanker rundt det å ha "følgere" og få "likes"?

- *Er det viktig for deg å få respons på din bruk på sosiale medier? (Likes, kommentarer og lignende).*
- *Kan du fortelle litt om hvem du følger på XXXX. Hvem følger du? (Følger du kun folk du kjenner eller..?)*
- *Er det noen som det er "et must" å følge?*
- *Er det forskjell på hvem du følger i XXXX og YYYY*
- *Du sier du følger XXXXX. Kan du fortelle litt om hvordan denne/disse brukerne får deg til å føle?*
- *Føler du at dette er positivt eller negativt for deg?*
- *Opplever du at de du følger er ærlige og viser "virkeligheten"?*

- *Kan du relatere deg til det de legger ut?*

Opplever du å ha sosial støtte i sosiale medier?

Hva tenker du om det å legge ut bilder av mat og kropp i sosiale medier?

- *Er det noen av de du følger som legger ut mye bilder av mat og hva de spiser?*

Hvordan opplever du dette?

- *Føler du at å følge disse/denne personen kan være med på å påvirke ditt kosthold?*

Kan du fortelle litt om dette..

- *Hvilken måte påvirker dette deg på? (hvis det påvirker..)*

- *Er det noen av de du følger i sosiale medier som har spesielt fokus på kropp og legger ut bilder hvor dette er spesielt i fokus?*

- *(Hvis ja) Hvordan opplever du det? Føler du at dette påvirker deg på noen måte å se disse bildene?*

- *Har du noe mer å tilføye her?*

- *(Hvis informanten bekrefter at det hun ser av kosthold/kropp i sosiale medier påvirker hennes kroppssyn vil jeg følge opp det med passende oppfølgingsspørsmål)*

-

Det er mye snakk om kropp og kroppspress i media, er dette noe du føler på gjennom bruk av sosiale medier?

- *Hvordan tenker du om dette?*

- *Har dette noe å si for dine kostholdsvaner og hvordan du ser på deg selv?*

- *Har du noe mer å tilføye?*

**Spørsmålene som står i kursiv er oppfølgingsspørsmål som ikke nødvendigvis kommer til å bli stil. Siden det er planlagt å ha semi-strukturert intervju kommer det helt ann på hva informanten svarer.*

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

“Unge jenters opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier”

Bakgrunn og formål

Mitt navn er Annie L. Sannvoll og jeg skal gjøre en studie i forbindelse med min masteroppgave for Høgskolen Innlandet, Avd. Elverum, ved avdeling for Folkehelse og Tannpleie. Formålet med denne studien er å få en dypere forståelse av unge jenter på videregående sin bruk av sosiale medier, og mulig påvirkning av deres kroppsbilde og/eller deres kostholdsvaner. Om du er jente i denne alderen og bruker sosiale medier, ønsker jeg gjerne å snakke med deg om dine opplevelser og erfaringer i forhold til dette temaet.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Å delta i denne studien innebærer at du deltar i et intervju med meg, hvor det kun vil være deg og meg til stede. Hvis du er villig til å delta, kan vi bli enige om tid og sted for intervjuet, og samtalen vil pågå i cirka en time. Spørsmålene vil omhandle din opplevelse og dine erfaringer med sosiale medier. Intervjuet vil bli tatt opp med lydopptak og jeg vil ta noen notater underveis.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Det vil kun være meg og min veileder som vil ha tilgang til lydopptakene. Dataene vil bli lagret i en kryptert mappe på min private datamaskin. Lydfilene og eventuelle andre dokumenter med personopplysninger vil ikke være lagret i samme mappe som den resterende delen av oppgaven. I oppgaven vil du bli anonymisert og ingen vil kunne kjenne deg igjen i publikasjonen.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 25.05.2018. Når oppgaven er ferdig og levert, vil alle lydopptak og personopplysninger slettes innen 3 måneder.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Hvis du trekker deg fra studien, vil alle opplysninger om deg bli slettet hvis det er ønskelig. Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD - Norsk senter for forskningsdata AS.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, kan du kontakte meg via sms til 90561053 eller på e-post: annie_sannvoll@hotmail.com, eller min veileder Stein Egil Hervik på e-post: stein.hervik@inn.no.

Jeg har vedlagt en samtykkeerklæring du kan signere og ta med til intervjuet, hvis du er villig til å delta.

Håper på å høre fra deg!

Med vennlig hilsen Annie L. Sannvoll

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg er kjent med at jeg på hvilket som helst tidspunkt kan trekke meg fra studien.

Jeg er kjent med at opplysningene som samles inn om meg behandles konfidensielt og anonymiseres.

Jeg godtar at intervjuene blir tatt opp med lydopptak.

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Stein Erik Kolderup Hervik
Hamarvegen 112
2411 ELVERUM

Vår dato: 11.01.2018

Vår ref: 57615 / 3 / OASR

Deres dato:

Deres ref:

Vurdering fra NSD Personvernombudet for forskning § 31

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 06.12.2017 for prosjektet:

57615	Unge jenters opplevelse av kropp og kosthold i sosiale medier
Behandlingsansvarlig	Høgskolen i Innlandet, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Stein Erik Kolderup Hervik
Student	Annie Ludvgisen Sannvoll

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er meldepliktig og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av personopplysningsloven § 31. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Vi forutsetter at du ikke innhenter sensitive personopplysninger.

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringsskjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 25.05.2018 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

personopplysninger.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Marianne Høgetveit Myhren

Øivind Armando Reinertsen

Kontaktperson: Øivind Armando Reinertsen tlf: 55 58 33 48 / Oivind.Reinertsen@nsd.no

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Annie Ludvgisen Sannvoll, annie_sannvoll@hotmail.com